**Тема лекции 7: Организация в сфере услуг: теоретические основы**

**организации**

1 Организация в сфере услуг: теоретические основы организации

2 Организационные формы коммерческих предприятий

Сфера услуг и услуга как достаточно сложное общественное явление выступают объектом изучения разнообразных наук: экономики, маркетинга, менеджмента, социологии, права, информатики, психологии и других. В рамках исследовательских парадигм, каждая из которых актуализирует отдельные аспекты услуги, наиболее значимые для той или иной научной области, разрабатываются принципы и технологии взаимодействия производителя и потребителя услуги, выявляются эффективные механизмы такого взаимодействия. Однако необходимо отметить, что в настоящее время не существует завершенной теории услуг, которая систематизировала бы имеющиеся методологические и практические подходы к изучению и управлению этой сферой. В данном случае сформулирован в основном ряд теоретических положений, освещающих исследуемый феномен с разных точек зрения. Разработка целостной теории услуг помогла бы решить не только теоретико-методологические проблемы, которые имеют место в данной области, но и многие практические вопросы, которые обусловлены особенностями услуги как товара. Эти особенности часто не позволяют применить к сфере услуг нормативно-правовые документы, которые достаточно эффективно используются для регулирования товарно - денежных отношений на рынках традиционных товаров.

Услуга характеризуется такими специфическими чертами, как: Неосязаемость. Услугу как способ удовлетворения потребностей ее достоинствам и недостаткам. Это требует от производителя услуги применение специальных методов повышения доверия к данной услуге. Неразрывность производства и потребления услуги. Значительная часть услуг такова, что в них соединяется во времени и в пространстве процесс производства, распределения и потребления услуги. Однако по мере индустриализации сферы услуг происходит активное отделение производственной стадии от стадии распределения и потребления. Кроме того, в условиях новых коммуникационных технологий многие виды услуг или принимают форму товара или исключают контакт между производителем услуги и ее потребителем.

Непостоянство качества. Значительная доля услуг предоставляется клиенту непосредственно работником организации или учреждения сферы услуг. Поэтому качество предоставляемых услуг в решающей степени зависит не только от стабильных факторов, но и от многих изменяющихся факторов. Кроме того, на качество услуги влияет масса сопутствующих обстоятельств (скорость оказания услуги, комплексный характер услуги и ее дополняемость другими видами услуг и т.п.). Данные обстоятельства затрудняют установление стандартов качества услуги, хотя именно в этом направлении предпринимаются основные усилия по достижению постоянства качества. Непостоянство качества обусловлено также индивидуальным характером многих видов услуг, зависимостью необходимого качества услуги от индивидуальных запросов конкретного потребителя.

Несохраняемость. Несохраняемость услуги в значительной мере обусловлена неразрывностью ее производства, распределения и потребления. На несохраняемость влияет также необходимость личного контакта между производителем услуг и клиентом. Несохраняемость услуги существенным образом влияет на процесс ее распределения, она ограничивает возможности использования сезонных и иных колебаний спроса во времени, ведет к определенному переизбытку мощностей предприятий сферы услуг в отдельные периоды времени. Учитывая особенности услуги, можно выделить следующие характеристики ее предоставления: требования к услуге должны быть четко определены как характеристики, поддающиеся наблюдению и оценке потребителем; в большинстве случаев управление услугой и характеристики предоставления услуги могут быть достигнуты только путем обеспечения управления процессом предоставления услуги. Характеристика услуги или процесса ее предоставления может иметь количественное выражение (подвергаться измерению) или качественное выражение (подвергаться сопоставлению по качеству) в зависимости от того, как и кем дается оценка – сервисной организацией или потребителем.

Технологические особенности производства услуг непосредственно взаимосвязаны с проблемами формирования и установления систем стандартизации. Вопросы унификации, стандартизации и сертификации применительно к услугам можно отнести к наиболее сложным для разработки. В современных публикациях, посвященных услугам, много внимания уделяется управлению качеством, приводятся модели качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик, однако до сих пор остается актуальным вопрос о том, что такое качество услуги. Обязательным элементом теории услуг является изучение экономических основ и особенностей их производства, предоставления и потребления в рамках рыночной экономики. Наличие предприятий и организаций разных форм собственности, организационно-правовых форм, относящихся к различным секторам экономики, требует дифференцированных подходов к постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с внешними участниками процесса производства услуг. Важной частью теории услуг должен стать и такой неотъемлемый компонент функционирований этой сферы, как финансовый механизм обеспечения производства услуг. При разработке теории услуг необходимо учитывать специфику этой сферы деятельности, которая определяется технологическим процессом, целями деятельности, ресурсами и источниками финансирования, кадровой политикой, сегментом потребителей, приемами менеджмента и концепциями маркетинга, особенностями продвижении и коммуникации, а зачастую и формой собственности.

Сфера услуг - это широкое понятие, объемлющее многочисленные отрасли, предоставляющие населению услуги различного вида. При разделении народного хозяйства на две сферы - производственную и непроизводственную - сфера услуг включает в себя отдельные отрасли как производственной, так и непроизводственной деятельности.

Организационно-правовые формы сервисных предприятий

Предприятие сферы услуг - это хозяйственно обособленная производственная единица в сфере сервиса, производящая и реализующая одну или более потребительских услуг.

В соответствии с Предпринимательским Кодексом РК в Казахстане могут создаваться следующие организационные формы коммерческих предприятий: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы и др. предприятия.

**Контрольные вопросы:**

1 Организация в сфере услуг: теоретические основы организации

2 Организационные формы коммерческих предприятий

3 ТОО, ПК