

УДК 338.46 (075.8)  
ББК 65.9(2)290 я73  
Ф 95

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
Северо-Кавказского федерального  
университета

Рецензенты:

канд. экон. наук, профессор **Ж. В. Горностаева** (Институт сферы  
обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ),  
д-р экон. наук, профессор **Г. С. Шелкоплясова**

**Фурсов В. А., Лазарева Н. В., Калинин И. В., Кудряшов О. А.**  
Ф 95 **Сервисная деятельность: учебное пособие.** – Ставрополь:  
Изд-во СКФУ, 2015. – 148 с.

Пособие представляет курс лекций, в котором изложение теоретических положений, выводы по теме и вопросы для самопроверки. Материалы излагаются в логической последовательности, способствующей более глубокому усвоению знаний. Раскрывается целый ряд понятий и категорий сервисной деятельности: услуга, потребность в услуге, обслуживание и т. д.

Предназначено для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки – 43.03.01 Сервис.

УДК 338.46 (075.8)  
ББК 65.9(2)290 я73

© ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский  
федеральный университет», 2015



## ВВЕДЕНИЕ

Сфера сервиса представляет собой динамично развивающуюся область общественных отношений и значительную отрасль современной экономики. Мир услуг бесконечно разнообразен. Поэтому естественен поиск общих положений, которые равно значимы для разных направлений сервиса. Современный этап ведущих в экономическом отношении стран характеризуется переходом от так называемой «индустриальной экономики» к «сервисной», это связано с повышением значительности сферы услуг, превращением ее в движущую силу хозяйствования в развитых странах. Жизнедеятельность современного человека основана на потреблении товаров и услуг. Их создание, производство и распределение обеспечивают удовлетворение потребностей людей и динамичное развитие экономики страны.

По числу людей, занятых в сфере сервиса, и размерам вклада в национальный доход сервисные направления деятельности в развитых странах не только вышли на уровень материального производства, но и превзошли его. В настоящее время доля услуг в валовом внутреннем продукте доходит до 75–80 %. Аналитики предсказывают, что 80 % тех, кто планирует выйти на рынок труда сегодня, будут работать в сфере обслуживания (сервиса).

В сферу сервиса включаются разнообразные виды деятельности, которые в целом определяют качество жизни и уровень духовных ценностей общества. Общепринято определять сферу сервиса в широком смысле этого понятия, относя к ней виды деятельности по оказанию услуг, направленных как на обеспечение функционирования производственной и социальной сферы в целом, так и непосредственно на нужды домашнего хозяйства, семьи и личности.

Таким образом, в «сервисной» экономике главным фактором, определяющим успех, является способность удовлетворить запросы потребителя при условии предупредительного и профессионального обслуживания. Форма удовлетворения потребностей человека как раз и выступает сервисная деятельность.

В данном учебном пособии рассматриваются теоретические вопросы организации сервисной деятельности, социальные пред-

посылки и исторические особенности ее развития в России, дается характеристика основных направлений сервисной деятельности и потребностей населения в услугах, рассмотрены особенности работы исполнителя услуг в контактной зоне, приведена классификация услуг.

Цель авторского коллектива: показать студентам сущность сервисной деятельности и научить использовать на практике сервисные технологии в области социально-культурного сервиса и туризма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*знать:* основные виды потребностей и законы удовлетворения потребностей человека; сущность услуг, сервисных продуктов, сервисной деятельности, а также способы и средства оказания услуг, принципы организации процесса обслуживания;

*уметь:* обеспечивать соответствующий уровень обслуживания на предприятиях сервиса; оценивать и определять наиболее перспективные направления сервисной деятельности, методы предоставления услуг и формы обслуживания клиентов;

*владеть:* навыками реализации сервисных технологий и обеспечения процесса продажи и предоставления услуги; методами определения качества обслуживания различных групп потребителей и управления сервисной деятельностью.



## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
1.1. Понятие и сущность «сферы услуг», «сервиса» и «сервисной деятельности».....	5
1.2. Основные подходы к осуществлению сервисной деятельности.....	7
1.3. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.....	8
1.4. Классификация видов сервисной деятельности.....	11
2. УСЛУГА: СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ	
2.1. Сущность понятия «услуга».....	16
2.2. Классификация типов и видов услуг.....	21
2.3. Общероссийские классификаторы услуг населению.....	31
2.4. Рынок услуг и его особенности.....	34
3. ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
3.1. История развития сервисной деятельности и ее особенности на этапах развития цивилизации общества.....	38
3.2. Исторические особенности развития сервисной деятельности в России.....	41
3.3. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни и социальные предпосылки ее развития.....	44
3.4. Социально-экономическая эффективность сервисной деятельности.....	46
4. ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ	
4.1. Обслуживание как сервисная система.....	49
4.2. Система сервисных операций.....	52
4.3. Система предоставления услуг.....	54
4.4. Система маркетинга услуг.....	55
5. СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ В КОНТАКТНОЙ ЗОНЕ	
5.1. Сущность понятия «контактная зона».....	62

5.2. Пространство контакта.....	64
5.3. Процесс контакта между клиентом и исполнителем.....	66
5.4. Содержание контакта.....	69
6. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ И ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ	
6.1. Организация процесса обслуживания.....	73
6.2. Методы предоставления услуг.....	77
6.3. Формы обслуживания.....	80
6.4. Ценность услуги.....	85
7. КАЧЕСТВО УСЛУГИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
7.1. Понятие и сущность качества услуг.....	94
7.2. Качество услуги с точки зрения потребителя.....	97
7.3. Модель качества услуг.....	101
7.4. Показатели качества услуг.....	105
8. ПСИХОЛОГИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
8.1. Психологические аспекты сервиса.....	110
8.2. Общение и взаимодействие с клиентами.....	112
8.3. Конфликты при сервисном обслуживании.....	115
8.4. Работа с жалобами клиентов.....	118
9. КУЛЬТУРА СЕРВИСА	
9.1. Философия культуры обслуживания.....	122
9.2. Этический аспект культуры сервиса.....	124
9.3. Эстетический аспект культуры сервиса.....	127
9.4. Направления повышения культуры сервиса.....	129
10. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
10.1. Сертификация в сервисе.....	132
10.2. Стандартизация в сервисе.....	134
10.3. Лицензирование услуг.....	137
10.4. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.....	139
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	142
ЛИТЕРАТУРА.....	143