

**Федеральное агентство по образованию  
Российской Федерации**

**Российский химико-технологический университет  
им. Д.И. Менделеева  
Новомосковский институт**

**Кафедра "Менеджмент"**

**Колесникова Т.П., Стекольников И.Ю.**

## **Проектирование процесса оказания услуг**

Методические указания для студентов дневной и заочной формы обучения специальности 230700 «Сервис» специализации 230702 «Сервис бытовой и радиоэлектронной аппаратуры», 230703 «Сервис компьютерной и микропроцессорной техники» и специальности 230712 «Автосервис»

**г. Новомосковск , 2010**

УДК 338  
ББК 65.290-2  
П 791

Рецензент:

проректор по финансовой и коммерческой работе, заведующий кафедрой «Экономика, финансы и бухгалтерский учет», доктор экономических наук, профессор, академик IASS Земляков Ю.Д. (НИ (филиал) ГОУ ВПО РХТУ им. Д.И. Менделеева)

Составители: Колесникова Т.П., Стекольников И.Ю.

П 791 «**Проектирование процесса оказания услуг**». Методические указания для студентов дневной и заочной формы обучения специальности 230700 «Сервис» специализации 230702 «Сервис бытовой и радиоэлектронной аппаратуры», 230703 «Сервис компьютерной и микропроцессорной техники» и специальности 230712 «Автосервис» / Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева, Новомосковский институт, Новомосковск, 2010 – 76 с.

В методических указаниях представлен план лекционных и практических занятий, перечень экзаменационных вопросов и вариантов индивидуального задания, систематизированы этапы выполнения контрольной работы с подробным их описанием, правила оформления, глоссарий.

Методические указания предназначены для студентов всех форм обучения специальности 230700 «Сервис»

Табл.6: Ил. 3: Библиогр.:44

УДК 338  
ББК 65.290-2

© Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева, Новомосковский институт, 2010

## Содержание

Введение	4
1 Структура курса «Проектирование процесса оказания услуг» и его место в образовательной программе для специалистов технических специальностей. Структура лекционных и практических занятий	6
2 Примерный перечень экзаменационных вопросов по дисциплине «Проектирование процесса оказания услуг»	11
3 Цель и задачи индивидуального задания. Структура индивидуального задания. Функциональные направления практической части	14
4 Варианты тем теоретической части индивидуального задания	19
5 Практическая часть индивидуального задания	
1 этап – Формализация идеи	21
2 этап - Разработка положений и условий работы фирмы	25
3 этап - Предложения по развитию и совершенствованию выбранного вида услуг	42
6 Методические рекомендации по оформлению индивидуального задания по курсу «Проектирование процесса оказания услуг»	43
7 Глоссарий	50
Библиографический список	61
Приложение А – Пример оформления титульного листа	64
Приложение Б – Пример оформления содержания	65
Приложение В – Обязательная сертификация товаров	66
Приложение Г – Добровольная сертификация	69
Приложение Д – Санитарно-эпидемиологическое заключение	70
Приложение Е – Постановление Государственного комитета РФ по стандартизации и метрологии. Применение схем сертификации	74

## Введение

Основными целями преподавания дисциплины «Проектирование процесса оказания услуг» являются получение комплекса теоретических знаний, формирование системного подхода, практических навыков у студентов для проектирования предприятий автосервиса и оказания услуг в системе бытового обслуживания.

Основным результатом изучения дисциплины «Проектирование процесса оказания услуг» должно быть формирование целостного представления:

- о принципах и методах проектирования процесса оказания услуг на предприятиях автосервиса;
- об управленческой концепции и функциях, ориентирующих на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов организации, технологий для удовлетворения требований рынка и получения прибыли;
- о стратегии и тактики разработки производственных процессов предприятий различного типа;
- о составлении оптимальных схем размещения участков и цехов предприятий;
- о технологических требованиях, предъявляемых к предприятиям сервиса;
- о проектной документации и о порядке согласования проектной документации.

После завершения изучения дисциплины «Проектирование процесса оказания услуг» студент должен знать:

- о видах, типах и функциях предприятий сервиса, организаций и их служб;
- о возможных путях развития производственно-технологической базы предприятий сервиса;
- об основах проектирования, реконструкции и техническом перевооружении предприятия;
- о методиках расчета производственной программы;
- о технологических требованиях к организациям сервиса;
- о необходимости и порядке согласования проектной документации.

После изучения дисциплины «Проектирование процесса оказания услуг» студент должен уметь:

- прогнозировать развитие сферы услуг и выбирать наиболее перспективные направления деятельности;
- экономически обосновывать организационно-технические мероприятия;
- проектировать и производить расчет основных элементов при бизнес-планировании предприятий сферы услуг;
- принимать управленческие решения для развития услуг на предприятиях в сфере сервиса с учетом особенностей внешней среды и внутреннего потенциала;
- проводить подготовку и оценивать принимаемое решение.

Для изучения учебного курса «Проектирование процесса оказания услуг» студенты должны иметь комплексное представление о деятельности организаций сферы сервиса и особенностях их функционирования в период рыночных отношений. Поэтому учебный курс «Проектирование процесса оказания услуг» требует усвоения студентами следующих общегуманитарных, социально-экономических и общепрофессиональных дисциплин: «Сервисная деятельность», «Системный анализ в сервисе», «Предпринимательская деятельность», «Технические средства предприятия», «Системы автоматизированного проектирования в сервисе», «Маркетинг и менеджмент» и другие.

## 1 Структура курса «Проектирование процесса оказания услуг» и его место в образовательной программе для специалистов технических специальностей. Структура лекционных и практических занятий

Сфера услуг непосредственно участвует в общей системе экономических отношений и подчиняется общим экономическим законам, действующим в современном обществе. Основу деятельности любого предприятия сферы сервиса составляет процесс оказания услуги, который должен быть организован так, чтобы обеспечивать прибыльную работу предприятия. Организация процесса оказания услуг не может быть решена без использования форм разделения и кооперации труда, рационализации рабочих мест, обеспечения благоприятных условий труда, разработки эффективных систем оплаты труда, формирования инфраструктуры предприятия.

Процесс оказания услуги на предприятиях сервиса включает процессы обслуживания клиента и процессы, связанные с выполнением самой услуги (рис. 1).

Рациональная организация услуг должна обеспечивать:

- минимальные затраты клиента на пользование услугами,
- минимально возможные сроки оказания,
- создание максимальных удобств клиентам при пользовании услугами,
- высокая культура обслуживания клиентов,
- высокое качество оказываемых услуг,
- создание условий для выполнения услуг с минимальными затратами трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Таким образом, основной целью процесса оказания услуг является удовлетворение индивидуальных и общественных потребностей людей. При этом следует отметить, что проектирование процесса оказания услуг является самостоятельным видом профессиональной деятельности по обоснованию перспективного проекта развития предприятия в сфере сервиса.

Структура курса представлена тематическим планом для студентов дневной и заочной формы обучения (таблица 1,2,3).

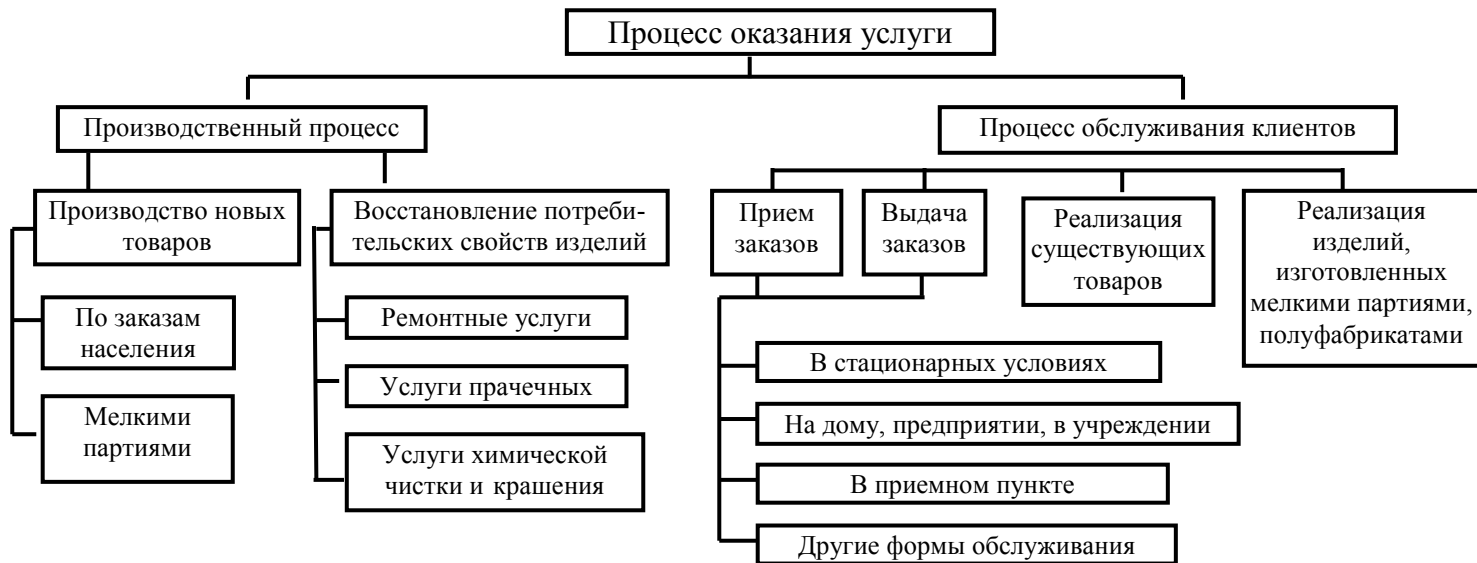


Рисунок 1 – Структура процесса оказания услуг

Таблица 1 – Распределение часов по разделам учебной дисциплины и видам занятий

№ п/п	Наименование основных разделов	Распределение часов по разделам учебной дисциплины и видам занятий		
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
1	Сущность услуг и их место в экономической системе	2	4	4
2	Формы развития производственно-технической базы	2	4	6
3	Производственный план	4	10	14
4	Общие требования к разработке проектных решений	4	6	14
5	Внутрипроизводственные коммуникации	2	6	10
6	Оценка эффективности проектных решений	2	4	10
<b>Итого</b>		<b>16</b>	<b>34</b>	<b>58</b>

Таблица 2 - Лекционные занятия, наименование тем, их содержание и объем в часах

№	Наименование основных разделов и их содержание	Объем
<b>1</b>	<b>Сущность услуг и их место в экономической системе</b>	<b>2</b>
	Услуга: понятие, факторы, особенности услуг. Классификаторы услуг. Критерии классификации предприятий сервиса. Виды, типы и функции предприятий сервиса, организаций и их служб. Состояние и пути развития производственно-технологической базы предприятий сервиса (показатели оценки).	
<b>2</b>	<b>Формы развития производственно-технической базы</b>	<b>2</b>
	Основы проектирования, реконструкции и технического перевооружения предприятия. Формы развития, их особенности.	
<b>3</b>	<b>Производственный план</b>	<b>4</b>
	Производственная программа. Задачи планирования. Цель. Методика расчета производственной программы, объема работ. Планирование производственного процесса. Планирование численности рабочих и служащих. Методика расчета численности рабочих и служащих. Планирование потребности в помещениях и инфраструктуре. Планирование технологий, основного, вспомогательного оборудования и оснащения рабочих мест. Технологический расчет и планировка производственных зон и участков. Типажи предприятий, оборудования.	



<b>4</b>	<b>Общие требования к разработке проектных решений</b>	<b>4</b>
	Планировка предприятия. Порядок проектирования. Основные этапы проектирования. Технологические требования к предприятиям сервиса (основные этапы технологической планировки). Основные элементы планировки. Генеральный план предприятия. Требования к производственным помещениям предприятия сервиса (планировка производственных и вспомогательных помещений). Требования, предъявляемые к предприятиям сервиса: ресурсосбережение и обеспечение экологических требований; функциональные, производственно-технические, архитектурно-художественные, экономические.	
<b>5</b>	<b>Внутрипроизводственные коммуникации</b>	<b>2</b>
	Особенности обслуживания инженерного и санитарно-технического оборудования и коммуникаций.	
<b>7</b>	<b>Оценка эффективности проектных решений</b>	<b>2</b>
	Порядок согласования проектной документации предприятий сервиса. Показатели качества услуг. Стандарты качества. Сертификация продукции и услуг. Лицензирование.	
<b>ИТОГО</b>		<b>16</b>

Таблица 3 - Практические занятия, наименование тем и объем в часах

№	Наименование основных разделов и их содержание	Объем
1	Характеристика предприятий сервиса. Типы, виды и функции.	4
2	Основы проектирования предприятий сервиса	2
3	Контрольная работа №1	2
4	Расчет технологических процессов предприятий сервиса	2
5	Технологические требования к предприятиям сервиса, производственным и другим помещениям	8
6	Характеристика процесса обслуживания	4
7	Контрольная работа №2	2
8	Разработка проектной документации	4
9	Сертификация и лицензирование услуг. Порядок согласования проектной документации предприятий сервиса.	4
10	Контрольная работа №3	2
<b>ИТОГО</b>		<b>34</b>

Практические занятия для слушателей проводятся с учетом последовательности проведения лекций и предполагают: рассмотрение практических ситуаций в соответствии с изучаемой темой на лекционных занятиях.

Контрольная работа №1 (по темам №1-2) включает в себя два теоретических вопроса, изложенных в темах, а также приведение примеров актуальных и перспективно развивающихся направлений сервисных услуг.

Контрольная работа №2 (по темам №3-5) включает в себя 3 теоретических вопроса по изложенным темам и практический разбор ситуации по выделению рабочих зон сервисных служб.

Контрольная работа №3 (по темам № 6-7) включает 2 теоретических вопроса и практическое представление плана работ при открытии предприятия в сфере услуг.

Итоговое тестирование представляет комплекс вопросов по всему курсу.

В процессе изучения дисциплины студенты всех форм обучения выполняют индивидуальное задание, которое состоит из теоретической и практической части (Для студентов заочного отделения индивидуальное задание является контрольной работой).

Тема реферативной части выбирается по желанию студента. Студент имеет право сформулировать собственную тему исследования, согласовав ее формулировку с преподавателем.

Тема практической части определяется согласно функциональному направлению специальности студентов (см. п. «Цели и задачи индивидуального задания»).

Требования и рекомендации по выполнению задания представлены ниже.

## 2 Примерный перечень экзаменационных вопросов по дисциплине «Проектирование процесса оказания услуг»

1. Цели и задачи предприятий сервиса.
2. Производственная программа: понятие, значение и выбор исходных данных.
3. Особенности функционирования предприятий сервиса, факторы, влияющие на проектирование процесса оказания услуг.
4. Основные показатели производственной программы. Производственная мощность: понятие, расчет.
5. Классификация видов услуг в период рыночной экономики.
6. Факторы, оказывающие влияние на производственную мощность
7. Типы предприятий сервиса.
8. Проект производственной мощности.
9. Методы составления производственной программы на современных российских предприятиях.
10. Планирование численности работников на предприятиях различных видов и форм собственности.
11. Кадры предприятий. Понятия: квалификация, специальность, профессия, штат, штатное расписание.
12. Методы расчета численности рабочих и служащих.
13. Классификация предприятий по организационно-правовым формам, действующим в РФ.
14. Размещение предприятий сервиса.
15. Типы производства в сфере сервиса
16. Методы размещения предприятий сервиса.
17. Производственно-технологическая база предприятий сервиса
18. Структурная схема производственного процесса проектируемого предприятия
19. Этапы развития производственно-технологической базы предприятий сервиса
20. Требования, предъявляемые к оптимальному размещению цехов производственных участков
21. Контактная зона сервиса
22. Факторы успешной работы сотрудника контактной зоны для предприятий сервиса.
23. Техничко-экономическая характеристика массового производства проектируемых предприятий.
24. Техничко-экономическая характеристика проектируемого предприятия, оказываемого серийные услуги.
25. Бизнес-план как основной документ.
26. Техничко-экономическая характеристика проектируемого предприятия, оказываемого единичные услуги

27. Этапы проектирования предприятий сервиса.
28. Декларация о намерениях.
29. Организационные структуры на предприятиях сервиса.
30. Этап проектирования предприятий на основании проектных и инвестиционных обоснований.
31. Техническое перевооружение одно из мероприятий повышения технического уровня
32. Анализ месторасположения предприятий сервиса
33. Реконструкция – как способ повышения технического уровня предприятий по оказанию услуг
34. Нормативные требования при размещении предприятий сервиса
35. Технико – экономическое обоснование. Структура ТЭО.
36. Реализация бизнес – плана
37. Порядок разработки ТЭО и утверждение
38. График внедрения проекта бизнес-плана. Методы планирования работ
39. Производственная инфраструктура: содержание и задачи.
40. Организация ремонтного хозяйства
41. Организация инструментального и энергетического хозяйства
42. Организация материально-технического снабжения и складского хозяйства
43. Организация транспортного хозяйства
44. Послепродажное обслуживание
45. Структура и модель процесса оказания услуг
46. Система планирования на предприятиях сферы сервиса.
47. Показатели оценки состояния и развития производственно – технической базы.
48. Формы развития производственно-технической базы
49. Оценка возможностей инвестирования и достижения намечаемых технико-экономических показателей
50. Планирование фонда рабочего времени.
51. Месторасположение предприятий.
52. Размещение объектов.
53. Характеристика услуг.
54. Проектирование нового предприятия. Определение программы работ.
55. Состав работников предприятия.
56. Нормы и правила проектирования.
57. Требования к функциональным группам помещений.
58. Требования пожарной безопасности.
59. Требования к инженерному обеспечению и параметрам внутренней среды.

60. Проектирование подразделений контактной зоны.
61. Проектирование ремонтного участка.

### 3 Цель и задачи индивидуального задания. Структура индивидуального задания. Функциональные направления практической части

Индивидуальное задание по курсу «Проектирование процесса оказания услуг» служит закреплением знаний полученных в процессе изучения дисциплины.

Цель индивидуального задания – на основе анализа внешней среды, используя инструментарий и методологию стратегического и экономического анализа провести оценку внешней среды и определить актуальное и перспективное направление развития предприятия сферы услуг. Сформировать предприятие сферы сервиса с определением основных положений по его работе, а именно:

- месторасположения,
- законодательного закрепления действия,
- порядка и условий работы.

Индивидуальное задание состоит из двух разделов: теоретической и практической части.

Теоретическая часть представляет реферативное рассмотрение вопроса, связанного с процессом оказания услуги, их особенностью, спецификой.

Структура и содержание работы:

1. Титульный лист (см. Приложение А)
2. Содержание (Приложение Б)
3. Введение (1-2 страницы)
4. Основная часть
  - 4.1 Теоретическая часть
  - 4.2 Практическая часть
5. Заключение (1-2 страницы)
6. Список литературы (8-12 источников)
7. Приложения (включается по мере необходимости и может содержать информацию, которую использовал, проанализировал студент при выполнении индивидуального задания, не имеющего приоритетного уровня и поэтому не включаемую в основной текст реферата)

**Титульный лист** является первой страницей текстовой части. Являясь основой для поиска и обработки документа, он содержит обязательные реквизиты, оговоренные в Приложении А.

**Содержание** включает наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), список литературы, приложения с указанием номеров страниц, с которых *начинаются* эти элементы текста задания.

**Во введении** должна быть показана актуальность темы или ее новизна; приведена краткая история вопроса и ожидаемый результат, характеристика используемых источников литературы. Обзор используемых источников и литературы должен быть сделан по тематическому или предметному принципу, содержать оценку (возможно критическую) автора, его отношение по поводу изученной литературы.

**Основная часть** содержит рассмотрение *теоретического раздела*, содержащего оценку актуальности вопроса, степень его изученности, обзор соответствующих тематике отечественных и зарубежных литературных источников; раздела, содержащего доказательства правильности выбора предлагаемых решений, обобщение и оценку результатов исследований, их достоверности.

*Практическая часть* состоит из трех этапов:

- формализация идеи,
- разработка положений и условий работы фирмы,
- предложения по развитию и совершенствованию выбранного вида услуг.

Каждый этап практической части подробно рассмотрен в методических рекомендациях далее.

**В заключении** следует формулировать выводы и рекомендации, отражающие итог проделанной студентом работы.

**Список литературы** представляет сведения об источниках, которые следует располагать в квадратных скобках в порядке появления ссылок на источник в тексте реферата и нумеровать арабскими цифрами без точек. (например, [3]).

**Приложения** следует оформлять как продолжение индивидуального задания на его последующих страницах, располагая приложения в порядке появления на них ссылок в тексте. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы.

Выполнение практической части связано с формированием собственной тактики и стратегии развития бизнеса в сфере услуг.

Выбор функциональной направленности сектора услуг согласуется с ведущим преподавателем дисциплины.

Функциональное направление студентов специальности 230700 «Сервис» специализации 230702 «Сервис бытовой и радиоэлектронной аппаратуры» и 230703 «Сервис компьютерной и микропроцессорной техники» следующее:

- связь и информационное обслуживание;
- услуги по снабжению, заготовкам и хранению материально-технических ресурсов;
- деловые услуги;
- дистрибьютерские услуги;

- туризм и путешествия;
- услуги в области организации досуга;
- строительные и инжиниринговые услуги;
- услуги по охране здоровья и социальные услуги;
- торговля (оптовая и розничная);
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (услуги по поддержанию и ремонту жилищного хозяйства, производственно-бытовые и коммунальные услуги);
- услуги личного характера (непроизводственные, бытовые услуги, парикмахерские, услуги ателье, фотоателье, ремонт и пошив обуви, химчистка и т. д.);
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, рестораны);
- образовательные услуги;
- клининговые услуги.

Направление сферы услуг для студентов специальности 230712 «Автосервис»:

- транспортные услуги (пассажирские и грузовые перевозки);
- техническое обслуживание транспортных средств;
- регламентные работы (по видам технического обслуживания);
- уборочно-моечные работы;
- контрольно-диагностические работы;
- смазочно-заправочные работы;
- регулировка фар;
- регулировка углов установки управляемых колес;
- регулировка топливной аппаратуры бензиновых двигателей;
- регулировка топливной аппаратуры дизельных двигателей;
- электротехнические работы на автомобиле;
- регулировка тормозной системы;
- регулировка сцепления;
- шиномонтажные работы, балансировка колес;
- ремонт электрооборудования;
- ремонт кузовов;
- ремонт радиаторов и арматурные работы;
- подготовка к окраске и окраска;
- работы по защите от коррозии и противоржавной обработке;
- шиномонтажные работы, балансировка колес;
- ремонт сцепления;
- ремонт ведущих мостов и приводов ведущих колес;
- хранение автотранспортных средств на платных стоянках;



- техническая помощь на дорогах;
- транспортирование неисправных автотранспортных средств к месту их ремонта или стоянки;
- установка дополнительного оборудования (сигнализация, радиоаппаратура, дополнительные фары и т.п.);
- предпродажная подготовка;
- утилизация автотранспортных средств и их составных частей;
- ремонт, установка, тонирование и бронирование стекол;
- гарантийное обслуживание и ремонт;
- ошиповка шин;
- приемка отработавших эксплуатационных материалов;
- ремонт легковых и грузовых автомобилей, мотоциклов, скутеров;
- тюнинг;
- мойка автотранспортных средств;
- проверка технического состояния машин и агрегатов (диагностика).

Бытовое обслуживание населения включает различные предприятия, способные предоставлять около 700 различных видов бытовых услуг. Сфера бытового обслуживания населения зависит от особенностей регионов и ценовой доступности услуг. Обеспеченность предприятиями бытового обслуживания в целом по России составляет около 20%, однако, по данным социологического исследования, спрос населения на бытовые услуги удовлетворяется на 70-80%. Такое распределение обусловлено тем, что более трети населения не имеет экономической возможности пользоваться бытовыми услугами. Главным препятствием для потребителей услуг являются высокие цены, которые устанавливают предприятия бытового обслуживания, несоответствие объема и качества выполняемых работ и несвоевременность выполнения работ.

Перечень основных видов бытовых услуг приводится на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основные виды бытовых услуг

#### 4 Варианты тем теоретической части индивидуального задания

- 1 Информационная система предприятий сферы сервиса.
- 2 Структура предприятия.
- 3 Учредительные документы.
- 4 Порядок регистрации предприятий сервиса.
- 5 Порядок разработки устава для предприятия сервиса.
- 6 Способы реорганизации предприятия.
- 7 Порядок ликвидации предприятия.
- 8 Организация контроля качества услуг и продукции.
- 9 Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятий сферы сервиса.
- 10 Кадровая стратегия предприятия сервиса.
- 11 Организация обслуживания работы потребителей.
- 12 Принципы и способы регулирования оплаты труда.
- 13 Формы и системы оплаты труда.
- 14 Найм, отбор и прием персонала на предприятия сервиса.
- 15 Экономические методы мотивации персонала.
- 16 Производственная инфраструктура предприятия функционирующего в сфере сервиса.
- 17 Система планирования на предприятиях сферы сервиса.
- 18 План маркетинга: характеристика и основные показатели.
- 19 Эффективность мероприятий от проведения маркетинговых стратегий.
- 20 Классификация инвестиций и их роль в развитии предприятий сферы сервиса.
- 21 Планирование производственной программы на предприятиях сферы сервиса.
- 22 Производственная мощность предприятия сферы сервиса.
- 23 Планирование потребности в персонале для предприятия сферы сервиса.
- 24 Планирование издержек предприятия сферы сервиса.
- 25 Основы бизнес-планирования на предприятиях сферы услуг.
- 26 Содержание и структура финансового планирования на предприятии сферы сервиса.
- 27 Современный подход к формированию процесса оказания услуг.
- 28 Сертификация и лицензирование услуг.
- 29 Основные факторы успеха процесса оказания услуг.
- 30 Направления развития сервисной деятельности в период перехода к рыночным условиям.
- 31 Кадровый менеджмент на современном предприятии сферы услуг.
- 32 Кадровое планирование на предприятиях.

- 33 Карьера. Управление карьерой на предприятиях сферы услуг.
- 34 Мотивация персонала.
- 35 Организация управления малыми предприятиями.
- 36 Исследование внутреннего потенциала предприятия сферы услуг.
- 37 Организация финансового менеджмента на предприятиях.
- 38 Пути совершенствования организации рабочих мест на предприятиях сферы обслуживания.
- 39 Розничная торговля.
- 40 Сертификация и лицензирование услуг.
- 41 Законодательная база, способствующая развитию малого и среднего предпринимательства в России.
- 42 Законодательная и нормативная база, регулирующая сферу бытовых услуг.
- 43 Риски в предпринимательской деятельности.
- 44 Разработка структуры сервисной компании.
- 45 Нормативно-законодательные положения предприятий сферы услуг.
- 46 Информационное обеспечение планирования (источники, методы получения, нормативная база планирования, программные средства для обработки информации).
- 47 Оценка рисков и страхование в предпринимательской деятельности.
- 48 Управление материальными ресурсами.
- 49 Управление трудовыми ресурсами.
- 50 Управление оборотным капиталом.

## 5 Практическая часть индивидуального задания

### 1 этап - Формализация идеи

Отправная точка в бизнесе – это идея нового продукта или услуги. Идеи возникают в результате изучения потребностей. К бизнес-идее можно прийти самостоятельно, перерабатывая информацию из разных источников или в ходе целенаправленного творческого поиска, также можно заимствовать новую идею и дать ей новую жизнь. Независимо от того, каким образом идея получена, важно тщательно ее оценить для того, чтобы убедиться, что она может быть положена в основу успешного бизнеса.

Выбор сферы предпринимательской деятельности осуществляется в основном из пяти основных видов бизнеса:

1. Производственный бизнес – производство товаров, выполнение работ, оказание услуг (осуществляется в основном коммерческими организациями).
2. Коммерческий бизнес – купля – продажа товаров (торговые организации, товарные биржи).
3. Финансовый бизнес- операции с валютой, ценными бумагами, инвестирование (банки, финансовые компании, фондовые биржи).
4. Посреднический бизнес – оказание услуг (консалтинг, дилерские, риэлтерские услуги).
5. Страховой бизнес – страхование и перестрахование (страховые компании).

Процесс выбора сферы предпринимательской деятельности включает в себя исследования конъюнктуры рынка, необходимого для определения ассортимента и величины продаж.

Исследование конъюнктуры рынка целесообразно начинать с характеристики типов рынков, на которых действует или собирается действовать фирма. По уровню существующей конкуренции можно выделить четыре основных типа рынка:

- чистая конкуренция – характеризуется присутствием на рынке множества мелких фирм с практически однородными продуктами; условия выхода на рынок и ухода с него свободные, имеется равный доступ ко всем видам информации для всех участников рынка;
- монополистическая конкуренция – характеризуется присутствием на рынке большого числа мелких фирм, предлагающих разнородные товары и услуги; условия выхода на рынок и ухода с него свободные, но имеются некоторые затруднения в получении информации.
- олигополия – характеризуется небольшим числом фирм на рынке, среди которых есть крупные; предлагаемый продукт может быть как однородным, так и разнородным; возможны некоторые ограничения

и препятствия при внедрении на рынок и получении необходимой информации;

- монополия – на рынке действует одна или несколько крупных фирм, предлагающих уникальный по своему содержанию и свойствам продукт; при проникновении на рынок существуют практически непреодолимые барьеры; имеются некоторые ограничения при получении информации.

По уровню взаимодействия спроса и предложения можно выделить два типа рынка:

1. «рынок продавца» - это такой тип рынка, на котором спрос на товары или услуги превосходит их предложение; он характеризуется наличием дефицита, недостаточным качеством товаров и услуг, высокими ценами;
2. рынок покупателя – это такой тип рынка, на котором спрос на товары и услуги ниже предложения; он характеризуется отсутствием дефицита, относительно высоким качеством товаров и услуг, стабильными или понижающимися ценами.

Основные задачи исследования типа рынка – это определение условий, при которых достигается оптимальное соотношение между спросом и предложением на рынке, определение конкурентных позиций продуктов и самой фирмы на изучаемом рынке, ориентация фирмы на такие товары и услуги, которые могут обеспечить ей получение плановой прибыли.

Идея предприимчивого человека – это отражение в сознании предпринимателя присущего потребителю желания (возможно еще не осознанного им), иметь товар или услугу, который будет им реализован. Следовательно, это продуманное, проанализированное, просчитанное, четкое представление о том, как потребность потенциального потребителя может быть удовлетворена, путем каких конкретных действий и затрат.

Источниками бизнес-идей могут быть: отзывы потребителей; продукция, выпускаемая конкурентами; мнения работников отдела маркетинга и сбыта, оптовой и розничной торговли; публикации федерального правительства, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

*Потребители.* В поиске новых идей в современной рыночной экономике внимание уделяют мнению потребителей, так как конечная цель производства любого товара или услуги – это удовлетворение запросов потребителей. При этом предприниматели стараются отслеживать все интересные мысли, высказывания друзьями, родственниками, коллегами в неформальной обстановке и организуют специальные каналы обратной связи с потребителями.

*Продукция конкурентов.* В период создания или развития бизнеса, следует внимательно относиться к товарам и услугам, предлагаемым другими фирмами. В результате сравнительного анализа выясняются упущения, которые служат основой нового бизнеса.

*Мнения работников отделов сбыта и торговых представителей* - источник новых идей. Знания потребностей рынка торговых работников является потенциальной возможностью создания нового.

*Публикации федерального правительства и новые законы.* Используя архивы Патентного бюро, в которых регистрируются все изобретения и идеи принципиально новых продуктов. Так сами по себе запатентованные идеи защищены законом, но их изучение может натолкнуть на новые, даже более интересные мысли. Существует ряд периодических изданий, в которых публикуется информация по последним патентам.

*Научные исследования и опытно-конструкторские разработки.* Собственные лаборатории НИОКР предоставляют большие возможности для поиска новой продукции на основе изучения спроса клиентов (потребителей).

Организация нового предприятия может проходить в следующих формах: создание нового предприятия, покупка предприятия, аренда с правом выкупа.

Анализ рынка в целях определения спроса на конкретный продукт требует больших затрат времени и средств и охватывает:

- анализ планов производства и развития соответствующей сферы бизнеса, осуществляемый путем анкетирования персонала организаций, промышленных предприятий, финансовых учреждений и инвесторов;
- анализ потребления товаров и услуг, основанный на выборочном опросе основных групп потребителей;
- анализ торговли, проводимый среди владельцев торговых предприятий.

Эти исследования должны дать достоверные данные об общем спросе, темпах его роста, определить локализацию спроса, его рост в различных секторах, предпочтения потребителей, изменения во вкусах различных групп потребителей, эластичность доходов, цен, мотивировки выбора потребителей и др.

Любой предпринимательский проект начинается с формирования идеи продукта (производимых или реализуемых товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг). Задача состоит в том, чтобы достаточно полно представить в плане важнейшие характеристики предлагаемого на рынок продукта.

Идея нового продукта обычно проходит несколько стадий отбора: необходимость приобретения патента (лицензии, сертификата), анализ

возможностей производства, анализ возможностей сбыта, анализ издержек производства и обращения, анализ финансовых результатов. И только потом принимается окончательное решение о выборе вида деятельности (конкретного продукта).

Любой продукт в реальном исполнении имеет ряд характеристик, которые необходимо описать. Прежде всего, следует дать четкое описание полезного эффекта, ради которого потребители будут приобретать этот продукт: новые или уникальные свойства, сфера удовлетворяемых потребностей. В частности:

- какую именно потребность удовлетворяет данный продукт;
- как производится (реализуется) этот товар или оказывается услуга;
- ценовые ориентиры данного продукта и группы покупателей, которым он доступен;
- характеристика спроса на предлагаемый продукт;
- преимущества и слабые стороны продукта;
- предполагаемый срок жизненного цикла продукта;
- предполагаемые средства продвижения и каналы сбыта продукта;
- перспективы сбыта данного продукта.

Идея имеет существенные особенности, так процесс формализации идеи содержит: накопление, отбор и сравнительный анализ.

Накопление – результат осмысления окружающей действительности: рыночной ситуации, поведения потребителей, научных прогнозов, уровня развития техники и технологии.

Отбор конкретных идей из накопленного отбора осуществляется по критериям:

- эффективность идеи (чистая прибыль, период окупаемости, чистая приведенная стоимость и др.);
- цены (по сравнению с конкурентами или аналогами);
- перспективы завоевания прочного положения на рынке (процент рыночного сегмента);
- длительность подготовительного периода (от начала воплощения идеи до момента передачи потребителю товара, составляющего предмет этой идеи);
- размеры и источники требуемого объема финансирования;
- степень доступности сырья, материалов, оборудования, производственных помещений, земельного участка, необходимого для реализации идеи;
- наличие рабочей силы требуемого профиля и достаточного уровня квалификации.



## 2 этап - Разработка положений и условий работы фирмы

Выбранная актуальная услуга должна содержать обоснование своевременности и перспективности сервисной деятельности, название компании, фирменный стиль, месторасположение.

### Название и порядок работы

Название фирмы сопровождает компанию с момента рождения и на протяжении ее существования. Поэтому очень важно правильно назвать фирму в момент ее образования. Вопрос о названии фирмы по порядку второй после решения о создании фирмы. Большинство предпринимателей старается сделать название фирмы не только благозвучным и красивым, но и подсознательно придать ему некоторые качества, внушающие потребителю доверие и желание обратиться именно в его компанию, а не в какую-нибудь другую. При всех прочих равных условиях удачное название дает конкурентное преимущество перед компаниями, осуществляющими свою деятельность в той же сфере и должно стать ее основным активом.

Название может подчеркивать серьезность фирмы, а может быть остроумным, привлекающим к фирме внимание.

Товары и услуги с известной торговой маркой проще и дешевле внедрять на рынок – марка ассоциируется с уже известным именем предприятия и косвенно гарантирует высокое качество товаров и услуг. Многие владельцы компаний на этапе ее рождения называют ее «хоть как-нибудь», а спустя годы эти же владельцы задумываются о смене названия, но это влечет за собой огромные денежные затраты на разработку нового имени и рекламную или PR – кампанию, цель которой довести до сведения потребителей и партнеров, может вызвать негативное отношение.

Придумать название новой компании можно самостоятельно или обратиться в специальное нейминговое агентства.

Ориентируясь на следующие правила можно выбрать наиболее лучшее имя компании:

1. название должно быть приятным,
  2. уникальность названия,
  3. название должно быть запоминающимся,
  4. название фирмы должно устанавливать коммуникационный процесс с потенциальным клиентом,
  5. название не должно содержать в себе негативных ассоциаций,
  6. название компании должно быть интернациональным,
- В таблице 3 представлены основные способы имяобразования.

Таблица 3 – Способы составления названий компаний  
(имяобразование)

Сложносокращенные слова	Microsoft, PanAm, Союзконтракт (торговая фирма), Музобоз (телепередача)
Акроним (аббревиатура)	IBM, BP, ВАЗ (автомобили)
Аллитерация (созвучие)	Chris Craft, «Милая Мила»
Намек на исторический или литературный источник	London Fog, B-12, 7-Eleven, «Демьянова уха», «Молотов коктейль», «Три толстяка» (магазины)
Перенесение названия из одной группы товаров в другую	Soap, Java, Colt, «Чумак» (линия сельскохозяйственной продукции)
Произвольные реальные слова	Apple, Adobe, Poppy, «Дарья» (пельмени)
Классические латинские корни	Pentium, «Прима» (сигареты)
Комбинации и композиции	Kodak, LaserJet, «Петерстар» (телекоммуникации)
Описательные	Volkswagen, Caterpillar, «Наша водка»
Заемствованные из иностранного языка	Encanto, Quattro, «Нью Форм» (мебельный магазин), «Шарм» (бутик)
По фамилиям основателей	Hewlett-Packard, Hilton, «Калашников», «Довгань»
Соединение двух слов, при котором конец первого является началом второго	ReaLemon, Eveready, «Тропикола» (лимонад), «Ежевика» (йогурт с фруктовыми добавками)
Исторические и географические	Rocky Mountain Chocolate, «Вологодское» (масло), «Урал» (мотоцикл), «Гиппократ» (книжный магазин)
Юмористические	Yahoo!, Bullfrog, «ШОК» (конфета)
Идиофоонемы	7-UP, 3COM, U2 (соки)
Журналистические	Silikon Valley, New England
Метонимия	Silikon Alley, Starbucks, «Красная шапочка» (конфеты)
Подражательные (альтернативное написание слова)	Kleenex, Krazy Glue,
Мифологические	Centaur, Mercury, «Геркулес» (овсяные хлопья)
Звукоподражательное	ZapMail, Kookooroo,
Оксюморон	Lowe Alpine, «Мини-Макс» (ателье)
Поэтические	Rockin Tacos, «Домик в деревне» (молочные продукты)
Старого происхождения	Ceaser Palace, «Кирилл и Мефодий» (программное обеспечение)

Рифмованные	«Вимм-Биль-Данн» (соки), «Ирис Кис-Кис» (конфеты)
Из песни или рассказа	«Поле чудес» (телепередача), «33 коровы» (молоко)
Звуковой символизм	Talon, Kraft, «Смак»
Символизм	Tahoe, Yukon, Ford Explorer, «Морж» (мороженое)
Развитие темы существующего названия	Apple Macintosh, BMW 3, 5, ..., «Балтика» (1,2,3...)
Усечение слов с одного конца	Intel, Cisco Systems, «Изол» (изоляционные материалы), «Кимо» (мороженое)

Оформление фирмы (графическое, цветовое решение) представляет собой фирменный стиль объекта.

**Фирменный стиль** – совокупность мероприятий и ряда приемов (графических, цветных, языковых, ..), которые обеспечивают узнаваемость фирмы, ее изделий, услуг и воспринимаются наблюдателем (не только потенциальным потребителем), а также противопоставляют фирму и ее изделия конкурентным товаром.

Фирменный стиль должен способствовать формированию благоприятного имиджа компании, призван усиливать эффективность ее рекламных контактов с потребителями, способствовать росту ее репутации и известности на рынке, вызывать доверие партнеров. Фирменный стиль является одним из главных рекламных и маркетинговых инструментов любой современной компании. Разработка его подразумевает совокупность и сочетание элементов (определенных графических объектов и шрифтовых решений), которые обеспечивают единство внешнего вида всех объектов, имеющих отношение к фирме (продукции, упаковке товаров, помещений, оборудования, документации, рекламы, одежды,..).

Основные элементы фирменного стиля – цветографические элементы:

- логотип;
- цвет;
- шрифт;
- фирменный бланк;
- визитная карточка.

**Логотип** – специально разработанная, стилизованная сокращенная форма названия фирмы. Он состоит из символа, иллюстрации и/или графического печатного оформления. Логотип является уникальным визуальным изображением, которое представляет компанию и ее продукцию и нацелен на создание положительного и незабываемого образа в сознании людей.

**Шрифт** – прорабатывается индивидуально и различается характером рисунка, наклоном, насыщенностью, размером.

**Фирменный бланк** – лицо компании. Фирменный бланк – это лист

бумаги с напечатанным названием учреждения, фирмы или с частично напечатанным текстом, предназначенный для составления документа по определенной форме.

Студент определяет основные идеи фирменного стиля предприятия, а именно: цветовое решение (внешняя и внутренняя отделка), наличие рекламы (вывеска, растяжка, световая реклама, флаерсы, реклама в интернете (баннер), реклама в СМИ (радио, печать, телевидении) и т.д.), наличие униформы (или рекомендации по внешнему виду), логотип, визитная карточка и другие знаки отличия (бейдж, аксессуары, внешний вид).

### Местоположение

При выборе месторасположения предприятия сначала делается выбор макрорасположения (региона, округа, района), а затем определяется микрорасположение – реальная точка, рассматриваемая во взаимосвязи с окружающей средой. Выбор наиболее эффективного месторасположения осуществляется последовательной разработкой альтернативных вариантов размещения предприятия и его подразделений. В качестве альтернативных вариантов размещения может рассматриваться конкретное географическое пространство и способ оформления размещения (покупка, аренда, договор о совместном использовании).

Факторы месторасположения предприятия объединяются в четыре группы:

1. Факторы, ориентированные на ресурсную базу:
  - земельные участки (структура, цены покупки или аренды);
  - сырье, вспомогательные и производственные материалы (цены, транспортные издержки);
  - трудовые ресурсы (потенциал рабочей силы в данном месте, уровень оплаты труда, квалификация кадров, мотивация, наличие социальной инфраструктуры, возможность проведения досуга).
2. Факторы, ориентированные на производство:
  - естественные особенности (почвы, климат);
  - технические и инфраструктурные особенности (пространственная близость к партнерам по кооперации, к используемой инфраструктуре).
3. Факторы, ориентированные на сбыт:
  - потенциал сбыта (структура населения, покупательская способность, конкуренция на рынке);
  - пути сообщения (магистральные связи, транспортная и пешеходная доступность);
  - деловые контакты (наличие квалификационных маклеров, бирж, агентов по рекламе, ярмарок).

4. Факторы, устанавливаемые государством и местными органами власти:
- система хозяйствования (хозяйственное и торговое право, лицензионные и сертификационные нормы, юридические требования к учредительным документам организации, отчетности, аудиту, трудовое законодательство, риск политической нестабильности);
  - меры по защите окружающей среде (регулирование нагрузок на окружающую среду, возмещение наносимого ущерба, платежи за природные ресурсы);
  - государственная помощь (субсидии, целевые программы для отдельных районов, административная поддержка).

Особыми факторами выбора месторасположения бизнеса можно считать:

- *для сферы производства* – близость к транспортным магистралям, наличие сырья и близость к поставщикам, близость заказчиков, наличие складских помещений, обеспеченность трудовыми ресурсами (навыки, обучение, проживание), спрос и предложение на рынках;
- *для сферы услуг* – потребительский профиль района, плотность и демографическая структура населения, транспортные связи, уровень и динамика спроса на услуги, частота пользования услугами, потенциал и размещение действующих предприятий сферы услуг, состояние и перспективы развития района.

*Влияние на выбор месторасположения компании оказывают следующие факторы:*

- наличие удобных подъездных путей;
- величина транспортных расходов,
- имидж места;
- возможность привлечения квалифицированного персонала для работы на данной фирме.

Благоприятное место размещения предприятия сферы услуг направлено на обеспечение доступности услуг для потребителей. Доступность рассматривается с точки зрения физической досягаемости с учетом временных и экономических издержек и психологических механизмов восприятия степени доступности. Доступность услуги является критическим фактором потребления услуги, от нее в конечном счете зависит успешность деятельности организации сферы обслуживания.

Объективной характеристикой местоположения предприятия сферы услуг является расстояние от места основной жизнедеятельности потребителя (чаще всего места жительства) и удобство доступа, связанной с развитием транспортных коммуникаций. Удобство размещения предопределяет потенциальный объем и интенсивность потока посети-

телей. Таким образом, местоположение является важнейшим фактором, коррелирующим с ценовой, ассортиментной, сервисной политикой предприятия. Транспортная доступность (расстояние и удобство доступа) является доминирующим конкурентным преимуществом в стандартных условиях функционирования предприятий сферы услуг.

Привлекательность местоположения предприятия сферы услуг формируется на основе характеристик, представленных на рисунке 3.



Рисунок 3 – Факторы размещения предприятия сферы услуг

Исходной точкой для выбора местоположения является определение целевого сегмента потребителей. Именно его демографические и социально-экономические характеристики, обуславливающие модель потребительского поведения, задают рамки поиска подходящих площадок, поскольку предопределяют субъективную оценку транспортной доступности.

На выбор местоположения оказывают влияние три базовых фактора: транспортная доступность, ассортимент (выбор), цена товаров и услуг.

При определении месторасположения и определении перечня

услуг целесообразно провести анализ конкурентоспособности услуг. Показатель конкурентоспособности для любой организации отражает совокупные итоги работы практически всех ее подразделений, а также реакцию на изменения внешних факторов воздействия. При этом особо значима способность организации оперативно и адекватно реагировать на изменения в поведении покупателей (потребителей), их вкусов и предпочтений.

Процесс оценки конкурентоспособности предприятия (услуг) обычно начинается с определения конкурентов. При этом следует исходить из схожести анализируемого предприятия и его потенциальных конкурентов.

Далее в процессе изучения рынка и потребителей собирается информация о конкурентах (3-4 наиболее вероятных из всего окружения). Важно определить требования клиентов к услугам и предприятию, их оказывающему. Именно способность удовлетворить запросы потребителей и является той отправной точкой, начиная с которой предприятие может считаться конкурентоспособным.

На основе изученного рынка, конкурентов и запросов потребителей формируются требования к услугам или предприятию в целом. Далее начинается последовательный процесс определения целей, оцениваемых параметров, перспектив рынка, выбираются нормативные показатели, т.е. те, которые уже заслужили высокую оценку потребителей.

При оценке конкурентоспособности предприятий сферы сервиса к техническим параметрам можно отнести технологический уровень используемого оборудования и инвентаря, техническое оснащение рабочих мест, размеры (площадь) предприятия и т.п. К экономическим параметрам чаще всего относят цену и качество.

Составить объективное мнение о конкурентоспособности предприятия сферы услуг можно, оценив характеристики ее деятельности по соответствующим оценкам предприятия:

- 1 – явный лидер, лучше чем у других;
- 2 – выше среднего уровня; показатель деятельности достаточно хороший и стабильный;
- 3 – средний уровень; стабильное положение на рынке; показатели отвечают стандартам в отрасли;
- 4 – невысокий уровень; необходимо предпринять меры по укреплению позиций на рынке; нечему радоваться; наблюдается ухудшение показателей производственной деятельности;
- 5 – положение слишком тревожное; позиции на рынке надо решительно улучшить; предприятие попало в кризисную ситуацию.

Оценка конкурентоспособности может проводиться по показателям, представленным в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка конкурентоспособности предприятия сервиса и его услуг

Характеристика деятельности	1	2	3	4	5
<b>Финансы</b>					
Торговая деятельность					
Виды деятельности					
<b>Производство</b>					
Качество услуг					
Использование производственных мощностей					
Культура обслуживания					
Использование территории					
Производительность труда					
Уровень производственных запасов					
Система обеспечения поставками					
Средний срок службы оборудования					
Затраты времени на одного клиента					
Режим работы и его соответствие режиму спроса					
Качество реагирования системы управления на изменения окружающей среды					
<b>Маркетинг</b>					
Производственные возможности и перспективы их развития					
Режим работы					
Цены на услуги					
Имидж предприятия с точки зрения клиентов					
Уровень обслуживания клиентов					
Реклама					
Фирменный стиль					
<b>Местонахождение</b>					
Расстояние, которое вынужден преодолевать клиент					
Привлекательность местонахождения для клиента					
Наличие развитой инфраструктуры вокруг предприятия сервиса					
Удобство подъезда транспортом общего пользования					
Наличие места для парковки					
Наличие оборудованных стоянок					

Сравнение показателей предприятия с показателями основных конку-



ренгов, занимающих близкую часть рынка, позволит сориентироваться или даже количественно определить свою рыночную конкурентоспособность.

Для удобства оценки конкурентоспособности предприятия сферы сервиса можно их разместить в одной таблице. Например, представить информацию в виде сопоставительного анализа (таблица 5) .

Таблица 5 - Сравнительная характеристика конкурентоспособности услуги по капитальному ремонту (отрывок)

Показатель конкурентоспособности услуги	Сервис WAG	«Луксойл»	«Весь сервис»
Цена работу, руб.	33 000	35 000	38 000
Часы работы	9.00-18.00	8.00-20.00	8.00-20.00
Наличие необходимых запасных частей	да	не всегда	нет
Качество запасных частей	высокое	неизвестно	неизвестно
Наличие гарантии на выполняемую работу	да	да	да
Соблюдаются ли установленные сроки выполнения услуги	да	да	да
Время на оформление заказа, мин.	20	5-10	15

#### Законодательные условия работы

Актуальная и своевременная идея должна быть закреплена решением законодательных и нормативных положений. Студент должен изучить правовую сторону деятельности выбранного направления бизнеса и представить в индивидуальной (контрольной) работе правовую сторону (законы, нормы и правила, положения, постановления, технические условия, регламенты).

Ведение бизнеса прямо связано с административными ресурсами, которые представляют собой реализацию возможностей, прямо и косвенно влияющих на эффективность деятельности предприятия сферы услуг, во-первых, путем оптимального использования возможностей, предоставляемых государственным законодательством; во-вторых, путем «капитализации» социальных контактов с органами власти, регламентирующими деятельность организаций сферы услуг и владеющими и (или) распоряжающимися территориальными ресурсами (земельными,

финансовыми, жилищными - коммунальными инфраструктурой).

Взаимодействие фирмы с законом и государственными органами власти осуществляется по следующим важным направлениям:

- **государственная регистрация** – одним из важных условий регистрации является наличие помещения. Если предприятие не владеет помещением, оно должно подтвердить обязательство третьей стороны предоставить ему помещение на условиях аренды (с указанием сроков и площади).

В настоящее время предприняты меры упрощающие процедуру регистрации предприятий.

- **лицензирование** – предусматривающее получение юридическими лицами специальных разрешений (лицензий) для занятия отдельными видами хозяйственной деятельности. В зависимости от специфики услуги в положении о лицензировании соответствующего вида деятельности предусматривается спецификация пакета документов, предоставляемых уполномоченному органу.

Процедура формирования пакета документов для лицензирования и самого лицензирования может занимать значительное время вплоть до года. Нужно иметь ввиду, что часть времени из этого «лицензионного» периода фирма стоит уже готовая к работе, следовательно, это надо учитывать при планировании затрат.

- **сертификация услуг** – деятельность по подтверждению соответствия услуг установленным в стандарте образцам. Деятельность по сертификации услуг проводится в рамках добровольных систем сертификации (по оценке имущества, интеллектуальной собственности, банковским и информационным технологиям, охранным услугам) и обязательных систем сертификации (Приложение В, Г, Д, Е).

Обязательная сертификация проводится с целью обеспечения безопасности результатов услуги для жизни и здоровья людей, их имущества, а также охраны окружающей среды (например, сертификация автотранспортных и экспедиторских услуг, услуг общественного питания).

Перечень услуг, подлежащих обязательной сертификации включает:

- ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов;
- химчистка, крашение;
- техобслуживание и ремонт автотранспортных средств;
- услуги парикмахера;
- транспортные услуги (перевозка пассажиров);
- жилищно-коммунальные услуги;
- услуги торговли и общественного питания (розничная торговля, услуги кулинарии).

Обязательная сертификация потенциально опасных для жизни,

здоровья и имущества потребителя услуг введена в России на основании законов «О сертификации продукции», «О безопасности дорожного движения», «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации», «О защите прав потребителей».

Основная цель добровольной сертификации связана с расширением бизнеса, повышением конкурентоспособности услуги и увеличением ее надежности.

В соответствии с законодательством объектами сертификации в сфере услуг могут быть:

1. сама услуга,
2. организация (предприятие) сферы услуг,
3. персонал – исполнитель услуги,
4. производственный процесс,
5. система качества.

В качестве нормативной базы сертификации услуг применяются международные, региональные и национальные стандарты, действующие санитарно-гигиенические нормы и правила, а также нормативные документы, утверждаемые органами государственного управления для конкретных видов услуг. В нормативных документах для обязательной сертификации должны быть указаны нормы безопасности для жизни и здоровья потребителей и их имущества, экологические параметры, требования к методам проверки услуги, технологическому процессу исполнения, мастерству исполнителя и к системе обеспечения качества.

При добровольной сертификации нормативный документ предлагает заявитель. При положительных результатах сертификационных проверок орган по сертификации оформляет сертификат соответствия, удостоверяющий, что исполнитель услуг обеспечивает необходимую уверенность в том, что услуга соответствует конкретному стандарту. Заявитель также может получить лицензию на применение знака соответствия и проставлять его на ярлыках, документах, квитанциях и т.п., а также использовать в рекламных целях.

- **аренда государственного недвижимого имущества** (земля, помещения). Для значительной части предприятий сферы услуг кардинально важным является местоположение. Предприятия такой отраслевой принадлежности, как розничная торговля, гостеприимство, здравоохранение и т.д., жестко ориентированы на районы, характеризуются многолюдностью и мощным «человекопотоком».
- **взаимоотношения с налоговыми органами власти**. Налоговое планирование ориентировано на снижение общей суммы налогов путем оптимизации таких организационно-экономических и организационно-правовых факторов, как:
  1. выбор места регистрации и нахождения предприятия,

2. выбор наиболее выгодной организационно-правовой формы деятельности организации,
3. использование возможностей контрактной системы путем сочетания различных договоров, включения в них тех или иных условий,...

### Условия ведения бизнеса

При планировании бизнеса одним из наиболее важных условия является определение условий ведения бизнеса. В данном случае студентом самостоятельно определяется вид отношений, а именно:

- наличие собственного помещения для фирмы,
- заключение договора аренды или субаренды.

Необходимо определить положительные стороны при ведении бизнеса со стороны выбора формы ее организации. Например, собственное помещение освобождает от обязательных месячных платежей за аренду, которые выше по сравнению с обязательными коммунальными и налоговыми платежами; дает возможность самостоятельно выбирать направления бизнеса; предлагать свободные торговые площади другим предпринимателям и т.д.

### Ассортимент

Информация в данном разделе направлена на описание тех видов товаров и услуг, которые будут предложены на рынке. В этом разделе должно быть представлено полное описание товаров (услуг). Все особенности предлагаемого товара (услуги), его конкурентные преимущества (это может быть выражено в новой технологии, качестве товара, низкой себестоимости, наличием особых характеристик, удовлетворяющих запросы покупателей).

Не стоит забывать и возможность инновации, т.е. возможность привнесения новых, более совершенных технологий или каких-либо иных мероприятий, которые существенно изменят конкурентные преимущества товара и статус проекта. Для торговых организаций следует обратить внимание на уровень сервиса, который будет или может быть предложен. Особое внимание, если бизнес ориентирован на оказание услуг, то следует уделить внимание технологиям.

*Например, основная услуга компьютерного клуба – компьютерные игры. В клубе Friends будут предложены следующие основные игры: GTA 3, Red Alert 2, KA-52, Unreal Tournament. Помимо этого будут установлены несколько десятков аркадных, настольных и логических игр. Все игры лицензионные. Поскольку в мире каждый день появляется несколько новых игр, то ассортимент предлагаемых в клубе игр не будет строго определенным, и каждый раз будет обновляться.*

Персонал (численность, требования, условия работы, трудовые отношения (трудовой договор, трудовое соглашение))

Кадры являются главным ресурсом каждого предприятия, от качества их подбора и эффективности использования во многом зависят результаты его производственной деятельности.

Особенности трудовых ресурсов в сфере услуг обуславливаются следующими основными обстоятельствами:

- большой количество предприятия имеет небольшой штат сотрудников. Примерами могут служить агентства недвижимости; магазины розничной торговли, ремонтные службы, многочисленные кафе, бистро, парикмахерские, стоматологические кабинеты, турфирмы, выполняющие турагентские функции, и т.д.
- большая часть услуг трудоемка – это связано с тем, что замена труда механизмами сопряжена со снижением качества услуг. И не смотря на то что во многих компаниях значение таких элементов процесса оказания услуги, как технологии, базирующиеся на научно-технических достижениях, резко возросло, роль человеческих ресурсов остается по-прежнему главенствующей.
- заметной тенденцией формирования и использования трудовых ресурсов в сфере услуг является распространение неполной занятости в различных ее формах (неполный рабочий день, неполная рабочая неделя) и временных работников (сезонная работа). Для многих отраслей сферы услуг колебания спроса являются характерным признаком, и при отсутствии возможности создавать запасы это становится более серьезной проблемой для предприятия, чем в промышленности. Одним из путей решения данной проблемы является приведение в соответствие колебаний рабочей нагрузки и наличия трудовых ресурсов за счет найма частично и временно занятых. Наибольшее распространение данная тенденция получила в тех отраслях и организациях, где периодизация потребности в услугах (в течение дня, недели, по сезонам) достаточно четко прогнозируется.
- персонал в сфере услуг часто непосредственно взаимодействует с потребителем. Воспринимаемое качество услуги решающей степени зависит в этом случае от того, как прошло это взаимодействие, в какой мере исполнитель услуги показал свой профессионализм, компетентность, любезность, внимательность к запросам клиента.
- персонал делится на две неравные (в зависимости от вида услуги) части:
  1. контактный персонал - тот, который непосредственно взаимодействует с клиентом в процессе производства услуги (часто называется фронт-офис),

2. бек-офис – закреплены функции по выполнению отдельных этапов производства услуги, не требующих контакта с клиентом, по обеспечению процесса производства услуги; управленческие функции.

Наличие двух категорий персонала обуславливает разные подходы к формированию трудовых ресурсов, реализация которых сопряжена с некоторыми проблемами. Хотя для выполнения многих видов работ по обслуживанию потребителей не требуются служащие с хорошим образованием или техническими навыками, тем не менее контактный персонал должен обладать навыками межличностного общения, подразумевающими неизменную доброжелательность, гибкость, заинтересованность в решении проблем клиента, способность внушать доверие к компетентности служащих фирма вне зависимости от профессиональной квалификации работника.

Контактный персонал должен иметь устойчивую мотивацию использования данных навыков и определенные степени свободы для их использования.

- Потребитель часто становится сопроизводителем услуг. Любые формы самообслуживания, используемые в сфере услуг подразумевают частичную занятость потребителя услуги. Стоимость услуг в данном случае будет значительно ниже той, при производстве которой использовался бы труд служащих. Таки образом, труд потребителя оплачивается, но так или иначе использование труда потребителей снижает потребность в персонале.
- Работа в сфере услуг часто вызывает необходимость получения сертификата или лицензий работниками. Наличие сертифицированных и лицензированных кадров часто является обязательным условием получения лицензии на ту или иную деятельность в сфере услуг.
- Часть потребности в персонале может быть компенсирована организацией аутсорсинга (наймом специализирующихся на этих услугах предприятий) в области вспомогательных и поддерживающих услуг, направленным на обеспечение производства и реализации услуг. Таким образом, можно сократить собственный персонал. Основаниями перехода на систему аутсорсинга может служить сопоставление комплекса прямых и косвенных затрат самого предприятия на осуществление данной деятельности и рыночной цены на искомые деловые услуги. Среди прочих затрат следует учитывать не только прямые затраты на зарплату, но и на материально-техническую базу (с учетом эксплуатационных расходов), но и затраты на так называемый социальный пакет, который в разных компаниях имеет различный состав. Кроме того, в «цену» аутсорсинга может входить защита текущих и перспективных рыночных пози-

ций организаций. Поэтому те области производства и реализации услуги, за счет которых организация предполагает формировать конкурентных преимуществ, не передаются аутсорсинг.

- Волонтерский труд. Значительную долю работников неприбыльных организаций составляют добровольные помощники, которые работают по «идейным» соображениям и не связаны материальным вознаграждением за свой труд. Эта «несвязанность» проявляется в независимости этой категории работников с точки зрения регламентации их деятельности, начиная с дисциплины и кончая трактовкой своих обязанностей и полномочий.

Коллектив предприятия – главный ресурс достижения успеха, поэтому к подбору персонала необходимо подойти со всей ответственностью. Для того чтобы нанять необходимых работников, следует знать какие задачи они будут выполнять, какими качествами и квалификацией должны обладать, т.е. необходимо проанализировать содержание работы, на которую предприятие берет сотрудника. В результате такого анализа можно получить достаточно полное представление о должности, а также проверить, как она вписывается в структуру предприятия.

В процессе подбора кадров на основе подробного собеседования, а также письменного тестирования выясняется пригодность кандидата для соответствующей работы и отбирается наиболее подходящий квалифицированный и опытный специалист. Главное при этом – выяснить насколько претендент отвечает тем требованиям, которые предъявляют к его будущим обязанностям и должностному статусу.

Если работа претендента будет связана с контактной зоной, с непосредственным процессом обслуживания потребителей, то в данном случае важно выяснить его пригодность трудиться в рамках системы «человек-человек» (но не в системе «человек-природа», «человек-техника»,...). В настоящее время существуют различные технологии и методики (тесты, опросные листы, профиограммы), позволяющие определить общую пригодность человека к работе в системе «человек-человек».

Есть общие свойства характера и работоспособности, без которых деятельность в сфере услуг затруднительна. Это:

- коммуникабельность и умение найти общую линию поведения с любым человеком,
- гибкость поведения: терпеливость в одних ситуациях и расторопность в других;
- искренняя заинтересованность в клиенте;
- умение ненавязчиво подвести клиента к нужному решению.

С каждым сотрудником фирмы заключаются трудовые отношения. Это или трудовой договор или трудовое соглашение).

Студент самостоятельно определяет требования, предъявляемые к работникам (квалификация, пол, возраст, образование, специальные навыки, наличие лицензий или сертификатов), далее определяет условия договоренности в работе.

Информацию по персоналу можно представить в виде таблицы 6

Таблица 6 – Требования по персоналу для фирмы ООО «Май»

Должность	Количество	Возраст	Образование	Специальные требования (навыки)
Менеджер	2	25-40	Высшее	Знание английского языка, водительские права категории «В», опыт работы приветствуется
...	...	...	...	...

### Поставщики

Анализ поставщиков направлен на выявление тех аспектов в деятельности субъектов, снабжающих организацию различным сырьем, полуфабрикатами, энергетическими и информационными ресурсами, финансами и т.п., от которых зависит эффективность работы организации, себестоимость и качество производимого организацией продукта.

Поставщики материалов и комплектующих изделий, если они обладают большой конкурентной силой, могут поставить организацию в очень высокую зависимость от себя. Поэтому при выборе поставщиков важно глубоко и всесторонне изучить их деятельность и их потенциал, с тем чтобы суметь построить такие отношения с ними, которые обеспечивали бы организации максимум силы во взаимодействии с поставщиками. Конкурентная сила поставщика зависит от следующих факторов:

- уровень специализированности поставщика;
- величина стоимости для поставщика переключения на других клиентов;
- степень специализированности покупателя в приобретении определенных ресурсов;
- концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;
- важность для поставщика объема продаж.



При изучении поставщиков материалов и комплектующих в первую очередь следует обращать внимание на следующие характеристики их деятельности:

- стоимость поставляемого товара;
- гарантия качества поставляемого товара;
- временной график поставки товаров;
- пунктуальность и обязательность выполнения условий поставки товара.

### 3 этап - Предложения по развитию и совершенствованию выбранного вида услуг

В этом разделе должна быть представлена следующая информация:

1. Определены перспективы развития предприятия, оказывающего услуги на основании проведенного анализа внешней и внутренней среды организации с учетом рыночного спроса, с возможностями самой фирмы. Возможность развития предприятия сферы услуг за счет увеличения производственной мощности, диверсификации услуг, развития периферийных услуг (дополнительные услуги) и другое.
2. Предложить основные виды услуг, которые будут актуальными и своевременными и на которые стоит ориентироваться при развитии предприятия сервиса (например, введение новой услуги, совершенствование действующих, формирование пакета услуг и т.д.)
3. Дана рекомендация по проведению организационных изменений в структуре предприятия сервиса (изменения в штатном расписании: введение новой должностной единицы; реформирование отдела, службы, бюро; сокращение численности, новая система управления).

На основании рекомендаций студент предлагает возможные пути решения основного направления развития предприятия сферы услуг.

## 6 Методические рекомендации по оформлению индивидуального задания по курсу «Проектирование процесса оказания услуг»

Тема теоретической части определяется согласно разделам 3, 4.

### *Правила оформления индивидуального задания*

#### Построение текста индивидуального задания, нумерация разделов, подразделов и страниц

Индивидуальное задание должно быть оформлено на одной стороне листа формата А4 (210х297).

Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое - 30 мм, правое - 10 мм, верхнее - 15 мм, нижнее - 20 мм. Рекомендуется использовать шрифт Times New Roman размером 13, 14; количество знаков в строке 58-60, количество строк на листе - 30-32, межстрочный интервал – 1,5.

Заголовки разделов и подразделов выделяются строчными буквами более крупным шрифтом (размер шрифта заголовков и подзаголовков 16 без подчеркивания, без курсива) и располагаются по центру относительно текста или флажковым способом, т.е. заголовки пишут от левого поля, заголовки подразделов — с красной строки (отступ — 10 мм). Если заголовок состоит из двух и более предложений, их разделяют точкой. В конце заголовка точка не ставится. Переносы слов в заголовках и подзаголовках не допускаются.

Заголовок должен быть отделен от основного текста и подзаголовка, т.е. заголовка подраздела (другого заголовка) одной пустой строкой до и после заголовка.

Каждый раздел индивидуального задания должен начинаться с новой страницы.

Все составные части индивидуального задания должны иметь номер. Номер раздела должен состоять из числа без точки, номер подраздела - из номера раздела и номера подраздела, разделенных точкой, в конце номера подраздела точка не ставится. При более мелком делении сохраняется тот же принцип нумерации.

Флажковый способ расположения заголовков и подзаголовков:

1 Риски коммерческой деятельности

1.1 Методы оценки рисков

1.1.1 Статистические методы оценки рисков

Центровой способ расположения заголовков и подзаголовков:

1 Риски коммерческой деятельности  
1.1 Методы оценки рисков  
1.1.1 Статистические методы оценки рисков

Страницы реферата нумеруются арабскими цифрами без дополнительных знаков.

Порядковый номер страницы размещается в центре верхнего поля соответствующей страницы. Нумерация страниц текста и приложений должна быть сквозная. Титульный лист, содержание учитываются в общей нумерации страниц реферата, но порядковый номер страницы на них не проставляется.

Оформление табличного материала

При оформлении информации в виде таблиц должны соблюдаться следующие требования:

а) Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах каждого раздела. Слово “Таблица” указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слева “Продолжение таблицы” с указанием номера. Номер таблицы проставляется через тире перед названием таблицы на одной строке и отделяется от нее одной пустой строкой. Порядковый номер таблицы должен позволять идентифицировать:

- принадлежность содержащейся в таблице информации к соответствующему основному разделу работы (первая цифра номера таблицы),
- порядковый номер таблицы внутри соответствующего раздела (последняя цифра номера таблицы).

б) В таблице должна быть предусмотрена свободная строка, позволяющая идентифицировать соответствующие столбцы при переносе таблицы на следующую страницу.

в) Графу «номер» приводят в тех случаях, когда в тексте работы необходимо сделать ссылки на пронумерованные строки таблицы.

г) Повторяющийся текст в строках одной и той же графы, состоящий из двух и более слов, при первом повторении заменяют словами “То же”, а далее кавычками. Заменять кавычками повторяющиеся в таблице цифры, математические знаки, знаки процента и номера, обозначения нормативных документов не допускается.

д) В таблице не должно быть незаполненных граф и строк. При отсутствии отдельных данных следует ставить прочерк (тире).

е) В тексте работы ссылка на таблицу (см. пример) должна предварять саму таблицу.

Пример. Результаты оценки степени влияния частных

производственных ситуаций на скорость принятия управленческого решения приведены в таблице (здесь таблица, имеющая порядковый номер 2.9, является девятой по счету в разделе 2).

Таблица 2.9 - Особенности частных производственных ситуаций.  
Экспертная оценка степени влияния ситуации на  
скорость  
принятия управленческого решения

Описание ситуации	Качественная оценка	Количественная оценка
1	2	3

-----следующая страница-----

Продолжение таблицы 2.9

1	2	3
---	---	---

### Оформление иллюстраций

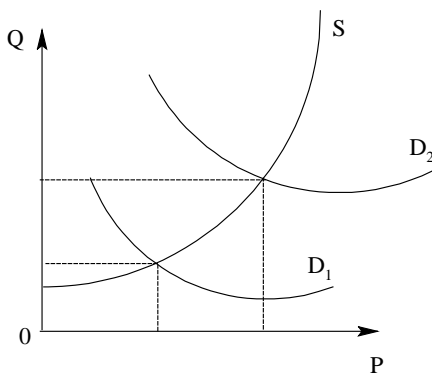
Для пояснения излагаемого текста индивидуального задания могут быть приведены рисунки, графики, схемы, которые размещаются после текста, в котором они упоминаются впервые, или на отдельной странице. Допускается сквозная нумерация иллюстраций или в пределах каждого раздела. Например, при ссылках на иллюстрации, следует писать «... в соответствии с рисунком 1...» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.1...» при нумерации в пределах раздела.

Иллюстрации должны иметь тематическое наименование (название) и пояснительные данные (подрисуночный текст). Пояснительные данные помещают непосредственно под самим иллюстративным материалом (вынесение пояснений на поле иллюстративного материала не допускается), ниже приводится тематический заголовок (см. рисунок 2). При оформлении информации в графическом виде (рисунки, схемы и т.д.) должны соблюдаться следующие требования (см. пример):

а) Предпочтительно размещение графического материала на отдельной странице. Если рисунок, схема невелики, то они могут быть размещены между соответствующими блоками текста (отделяются одной пустой строкой до и после рисунка). При этом размер рисунка не должен превышать 150·120 мм.

б) Графики должны иметь четкие содержательные обозначения осей координат, которые снабжаются делениями шкалы. Обозначения экспериментальных (расчетных) точек должны быть четкими и различимыми на графике после проведения по ним сглаживающей кривой. Поэтому не допускается обозначение их точками (рекомендуют крести-

ки, ромбики, квадратики, кружочки). Не рекомендуется проведение сглаживающей кривой от руки и совершенно не допускается соединение экспериментальных точек отрезками прямых. Например:



P — цена продукта;  
 Q — количество продукта;  
 S — кривая предложения продукта;  
 D<sub>1</sub>, D<sub>2</sub> — кривые изменения величины спроса.

Рисунок 1.1 – Увеличение спроса и его воздействие на цену и количество продукта

Рисунок 2 – Пример оформления иллюстративного материала

### Оформление библиографии и ссылок на литературные источники

Все использованные в процессе написания индивидуального задания источники информации (учебники, статьи, нормативные документы и др.) должны быть отражены в списке литературы.

Список литературных источников приводится в порядке ссылок на них в тексте индивидуального задания. Ссылки на источники информации указывают порядковым номером, заключенным в квадратных скобках, например: [1].

При использовании оригинальной цитаты в тексте работы ссылка на автора и работу оформляется следующим образом:

*Необходимо обратить внимание на тезис, выдвинутый Т.М. Джорджем и Д. Дж. Тисом: "...конкурентным рынкам свойственна тенденция к недоинвестированию в новую технологию, поскольку инноваторы располагают ограниченными возможностями взимания*

*“штрафов” с имитаторов, имеющих, таким образом, свободный доступ к эксплуатации результатов инвестиций, осуществленных их конкурентами...“ [15, С. 150]...*

Где 15 - ссылка на порядковый номер соответствующего издания, приводимого исполнителем в разделе “Список литературы” (в данном случае: 15 Джордж, Т.М. Конкуренция и кооперация в стратегии американских корпораций: Уроки организации бизнеса [Текст] /Т.М. Джордж, Д. Дж. Тис. – С-Пб.: Лениздат, 1994. – 193 с.)

С. 150 - указание на страницу соответствующего издания, на которой находится используемая авторская цитата.

Иноязычная литература указывается на языке оригинала с соблюдением орфографических норм для соответствующего языка (в том числе употребления прописных и строчных букв).

Пример оформления списка литературы:

#### *Книги*

- с одним автором:

Семенов, В. В. Философия: итог тысячелетий. Философская психология [Текст] /В. В. Семенов. - Пушино: ПНЦ РАН, 2000. - 64 с.

- с двумя авторами:

Нильсен, Я. Дизайн Web-страниц. Анализ удобства и простоты использования 50 узлов [Текст]: учеб. пособие /Я. Нильсен, М. Тахир. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. - 336 с.

- с тремя авторами:

Агафонова, Н. Н. Гражданское право [Текст]: учеб. пособие для вузов /Н.Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова; под. общ. ред. А. Г. Калпина. - изд. 2-е, перераб. и доп. - М.: Юрист, 2002. - 542 с.

- четыре и более авторов:

Обеспечение безопасности жизнедеятельности в машиностроении [Текст]: учеб. пособие для вузов /В. Г. Еремин, В. В. Сафронов, А. Г. Схиртладзе, Г.А. Харламов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Машиностроение, 2002. - 399 с.

или

Обеспечение безопасности жизнедеятельности в машиностроении [Текст]: учеб. пособие для вузов /В. Г. Еремин и [др.]. - 2-е изд., перераб.

и доп. - М.: Машиностроение, 2002. - 399 с.

- с коллективным автором:

"Воспитательный процесс в высшей школе России", межвузовская науч.-практическая конф. (2001; Новосибирск). Межвузовская научно-практическая конференция "Воспитательный процесс в высшей школе России", 26-27 апр. 2001 г. [Текст]: [посвящ. 50-летию НГАВТ: материалы] /редкол.: А. Б. Борисов и [др.]. - Новосибирск: НГАВТ, 2001. - 157 с.

*Отдельный том из многотомного издания*

Казьмин, В. Д. Справочник домашнего врача [Текст]. В 3 ч. Ч. 2. Детские болезни /Владимир Казьмин. - М.: АСТ: Астрель, 2002. - 503 с.

*Стандарты*

ГОСТ 7.1 – 2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. [Текст]. - Взамен ГОСТ 7.1-84, ГОСТ 7.16-79, ГОСТ 7.34-81, ГОСТ 7.40-82; введ. 2004-07-01. - Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации; М.: Изд-во стандартов, 2002. - 166 с.

*Статья из книги или другого разового издания*

Двинянинова, Г. С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе [Текст] / Г. С. Двинянинова //Социальная власть языка: сб. науч. тр. /Воронеж, межрегион, ин-т обществ, наук, Воронеж. гос. ун-т, Фак. романо-герман. истории. - Воронеж, 2001. - С. 101-106.

*Статья из сериального издания*

Михайлов, С. А. Езда по-европейски [Текст]: Система платных дорог в России находится в начальной стадии развития /Сергей Михайлов //Независимая газ. - 2002. - 17 июня.

Боголюбов, А. Н. О вещественных резонансах в волноводе с неоднородным заполнением [Текст] /А. Н. Боголюбов, А. Л. Делицын, М. Д. Малых //Вестн. Моск. ун-та. Сер. 3, Физика. Астрономия. - 2001. - № 5. - С. 23-25.

*Статья из электронного ресурса*

Лушиков, Б. Грозит ли вашему предприятию банкротство? [Текст] /Б. Лушиков // Экономика и жизнь". - 2001.- вып. 16 //СПС ГАРАНТ



Платформа F1 [Электронный ресурс].- М.: Центр информационных технологий МГУ, ООО "НПП "Гарант-Сервис".

О несостоятельности (банкротстве) [Текст]: Федер. закон: [принят Гос. Думой 27 сентября 2002 г.: одобр. Советом Федерации 16 октября 2002 года (в ред. Федеральных законов от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 29.12.2004 N 192-ФЗ, от 31.12.2004 N 220-ФЗ, от 24.10.2005 N 133-ФЗ)] //СПС ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: Дата обновления 22.03.2008.- М.: Центр информационных технологий МГУ, ООО "НПП "Гарант-Сервис".

*Статья из ресурса удаленного доступа*

Киселева, Е."Ростехнологии" готовы свернуть медные горы [Текст] /Елена Киселева, Мария Черкасова //Коммерсантъ.- 2008.- №34 (3851) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=862834>.

*Оформление приложений*

Приложения оформляют как продолжение работы после списка использованных источников и литературы, располагая их в порядке ссылок в тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова “Приложение” и его обозначения (наименования). Приложение обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Е, З, Й, О, Ч, Ъ, Ь. После слова “Приложение” следует буква, обозначающая его последовательность (Приложение А). Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I, O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами. Таблица и графический материал, помещенные в приложение должны быть пронумерованы, например “Таблица А.1 - Наименование таблицы” или “Рисунок В.1 - Наименование рисунка”.

## 7 Глоссарий

Аванс – деньги, материальные и иные ценности, выделяемые в счет предстоящих платежей.

Адаптация – приспособление системы и ее компонентов к изменяющимся условиям внешнего окружения. Адаптация может быть активной (воздействие системы на среду) и пассивной (реагирование на изменение среды).

Адаптация к внешней среде – процесс, который охватывает все действия стратегического характера, которые улучшают отношения организации с ее окружением.

Административный контроль – соответствия хозяйственных результатов показателям, запланированным в текущем бюджете, производится сравнение объема фактических и планируемых продаж, анализируется изменение доли организации как на рынке в целом, так и по отдельным продуктам и сегментам рынка, состояние портфеля заказов.

Активы – имеющие ценность средства, имущество или имущественные права, находящиеся во владении физического лица или организации.

Акцепт – одна из форм безналичного расчета между юридическими лицами, согласие плательщика на оплату; согласие на заключение договора на условиях оферты.

Акционерное общество - представляет собой форму предприятия, средства которого образуются за счет выпуска и размещения акций, а участники предприятия (акционеры) несут ответственность, ограниченную только той суммой, которая была уплачена за приобретенные акции, т.е. вкладом в капитал акционерного общества. По обязательствам акционерного общества своим имуществом отвечает только само общество.

Анализ платежеспособности – осуществляется путем соизмерения наличия и поступления средств с платежами первой необходимости. Наиболее четко платежеспособность выявляется при анализе ее за короткий срок (неделю, полмесяца).

Антимонопольное законодательство – совокупность нормативных актов, направленных на поддержание конкурентной среды и противодействующих монополизму и недобросовестной конкуренции в различных сферах предпринимательской деятельности.

Аренда – имущественный наем.

Балансовая прибыль – конечный финансовый результат деятельности предприятия; рассчитывается как сумма результатов (прибыль или убыток) от реализации работ, услуг, продукции, от иных видов реализа-

ции, а также результатов (доходов или расходов) от внереализационных операций.

Банковское кредитование – метод финансирования потребностей предприятия на условиях платности, срочности и возвратности.

Банкротство предприятия – неспособность предприятия удовлетворить за счет своих текущих операций и имущественных и денежных претензий кредиторов (включая и государственные органы).

Бизнес – предпринимательская деятельность (коммерческая, посредническая и др.), направленная на получение прибыли.

Бизнес-план – план создания новой фирмы, выхода на рынок и обеспечения прибыльности хозяйственной деятельности.

Бизнес-проект – проект развития отрасли, предприятия, региона или производства, ориентированный на получение прибыли или решение социальной проблемы.

Бизнес-стратегия – генеральная программа действий предприятий, устанавливающая стратегические цели, ресурсы и последовательность действий в отношении бизнес-единиц; существуют различные виды бизнес-стратегий: нормативные, частные, комбинированные.

Бюджет маркетинга – затраты на проведение мероприятий по реализации маркетинговых стратегий предприятия.

Бюджетирование – метод распределения ресурсов, охарактеризованный в количественной форме, для достижения целей, также выраженных количественно.

Валовые издержки – общая сумма всех постоянных и всех переменных издержек.

Венчурный капитал – инвестиции в форме выпуска акций, производимые в новых сферах деятельности, связанных с большим риском.

Время оказания услуг – период времени от момента приема заказа до выдачи готового изделия (выполняемые услуги, работы) заказчику.

Вспомогательное производство – часть производственной инфраструктуры предприятия; комплекс производств, обеспечивающий бесперебойную работу подразделений основного производства (включается ремонтное, энергетическое, инструментальное, паро-силовое хозяйство).

Вспомогательные процессы – создают условия нормального протекания основного (технологического процесса, не видоизменяют предметы труда.

Государственное предприятие – предприятие, имущество которого находится в государственной собственности и принадлежит ему на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Длительность производственного цикла – период времени от момента запуска исходных материалов в производство до сдачи готовой продукции на склад.

Единичное производство – штучный выпуск изделий разнообразной и непостоянной номенклатуры ограниченного потребления.

Закрытое акционерное общество – общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц.

Заработная плата – часть фонда индивидуального потребления материальных благ и услуг, которая поступает работникам в соответствии с количеством их труда, а также его результативностью.

Имущество предприятия – материально-техническая основа деятельности предприятия: земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, материалы, продукция, права требования, долги, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала в различные сферы экономики с целью его сохранения и увеличения.

Инвестиционный план – один из разделов текущего (долгосрочного) плана предприятия, предусматривающий определение основных направлений вложения инвестиций, их общих размеров, ожидаемой эффективности.

Инвестиционный проект – план капитальных вложений, направляемых на создание новых производственных мощностей.

Инвестиционный процесс – осуществление мер по приобретению аренде, отводу и подготовке земельного участка под застройку, проведению инженерных изысканий, разработке проектной документации.

Калькуляции – расчет себестоимости единицы продукции, услуги, работы данного вида.

Качество бытовой услуги – степень соответствия изготовленных или отремонтированных изделий, выполненных работ действующей нормативно-технической документации и индивидуальным запросам клиентов в условиях, обеспечивающих потребителю наименьшие затраты времени и максимальные удобства при получении услуги.

Качество продукции – совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Качество обслуживания клиентов – совокупность условий, обеспечивающих потребителю наименьшие затраты времени и максимальные удобства при пользовании услугами.

Качество труда – способность должным образом выполнять работу определенной сложности.

Кооперирование – объединение и установление рациональных взаимосвязей между цехами, участками, исполнителями для выполнения общей работы.

Культура обслуживания – совокупность условий, в которых про-

исходит процесс общения работников сферы услуг с потребителями.

Лизинг – форма долгосрочной аренды, связанная с передачей в пользование оборудования, транспортных средств и другого движимого и недвижимого имущества. Различают два вида лизинга: финансовый и операционный лизинг.

Ликвидационная комиссия – комиссия, назначаемая учредителями предприятия или органом, принявшим решение о ликвидации по согласованию с органом, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц.

Ликвидация предприятия – прекращение деятельности предприятия без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим юридическим лицам.

Лицензия — специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю.

Лицензируемый вид деятельности — вид деятельности, на осуществление которого на территории Российской Федерации требуется получение лицензии в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Лицензирование — мероприятия, связанные с предоставлением лицензий, переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановлением действия лицензий в случае административного приостановления деятельности лицензиатов за нарушение лицензионных требований и условий, возобновлением или прекращением действия лицензий, аннулированием лицензий, контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий, ведением реестров лицензий, а также с предоставлением в установленном порядке заинтересованным лицам сведений из реестров лицензий и иной информации о лицензировании.

Лицензионные требования и условия — совокупность установленных положениями о лицензировании конкретных видов деятельности требований и условий, выполнение которых лицензиатом обязательно при осуществлении лицензируемого вида деятельности.

Лицензирующие органы — федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющие лицензирование в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Лицензиат — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие лицензию на осуществление конкретного вида деятельности.

Логистика – сфера производственной деятельности, включающая хранение объектов труда, их перемещение в процессе производства и перемещение готовой продукции в сферу реализации и потребления.

Массовое производство – характеризуется непрерывностью и относительно длинным периодом изготовления ограниченной номенклатуры однородной продукции в больших количествах.

Материальные инвестиции – вложения финансовых средств в материальные объекты: земельные участки, здания, сооружения, оборудование, т.е. в создание новых, реконструкцию или техническое перевооружение действующих производственных мощностей.

Метод труда – способ выполнения производственного задания, характеризующийся определенным составом и последовательностью действий, приемов, операций.

Методы организации производства – способ сочетания организации производственного процесса во времени и пространстве.

Методы планирования – способы составления планов предприятия: балансовый, нормативный, математико – статистический.

Муниципальное предприятие – предприятие, имущество которого находится в муниципальной собственности и принадлежит ему на праве ведения или оперативного управления.

Нематериальные инвестиции – вложения в общие условия, воспроизводства, такие как реклама, инновации, подготовка кадров, организация предприятия, социальные мероприятия.

Норма – максимально допустимая абсолютная величина расхода сырья, материалов, а также живого труда на изготовление единицы продукции, выполнение единицы услуг, работ.

Норматив – характеризует степень использования орудий труда, предметов труда, затрат живого труда.

Нормирование труда – установление меры затрат труда на выполнение услуги (изготовление единицы продукции) или выработку услуг (продукции) в единицу времени.

Обслуживающее хозяйство – часть производственной инфраструктуры предприятия, обеспечивающая своевременную доставку материальных ресурсов, на хранение и движение в процессе производства.

Овердрафт – возможность расходования средств сверх суммы ее расчетного счета (процент за пользования также уплачивается банку).

Оперативный план маркетинга - программа действий фирмы по реализации маркетинговых стратегий.

Операционный лизинг – заключается на срок, меньший амортизационного периода имущества. После окончания контракта объект лизинга возвращается владельцу или вновь сдается в аренду. Применение лизинга связано с отделением владения имущества от его использования.

Организационно-правовая форма предприятия – система норм, определяющих отношения между партнерами по предприятию, с одной стороны, и отношения этого предприятия с другими предприятиями и физическими лицами – с другой.

Организация труда на предприятии – система производственных взаимосвязей работников со средствами производства и друг с другом, образующая определенный порядок трудового процесса.

Основное производство – состав цехов и участков предприятия, в которых выполняются операции по изготовлению продукции (выполнению услуг, производству работ).

Открытое акционерное общество – общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров; оно вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Переменные издержки – затраты, величина которых зависит от объема оказанных услуг.

Перспективный план – план, разрабатываемый на несколько лет и нацеленный на решение отдельных стратегических проблем фирмы.

План маркетинга – основной раздел текущего (перспективного) плана предприятия, предусматривающий оценку текущей ситуации на рынке, определение целей и стратегии маркетинга, разработку программы действий, контроль результатов маркетинга.

Планирование – одна из функций менеджмента, определяет цели фирмы на перспективу, способы реализации, ресурсное обеспечение, контроль за достижением поставленных целей.

Побочное производство – изготовление изделий из отходов основного производства.

Положение о структурном подразделении – является документом, определяющим порядок создания подразделения, правовое положение подразделения в организационной структуре предприятия, задачи и функции подразделения, права подразделения, права подразделения, взаимоотношения с другими подразделениями предприятия, ответственность подразделения.

Подсобное производство – изготовление продукции, потребляемой собственным основным или вспомогательным производством.

Полное товарищество – форма организации предприятия на основе личного участия партнеров в делах товарищества, несут ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом.

Постоянные издержки – затраты, относительно стабильные при колебании объемов услуг.

Предельные издержки – прирост затрат при изменении объема ре-

ализации услуг на одну дополнительную единицу услуг (работ, продукции).

Предмет труда – материалы, из которых изготавливается новый товар по заказу клиента; материалы и запчасти, которые используются для различного рода ремонтных работ; материалы для выполнения работ по восстановлению потребительских свойств товара.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в установленном законом порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Премия – стимулирующая надбавка, наиболее подвижная и гибкая часть заработной платы, выплачиваемая за наивысшие результаты труда.

Преобразование предприятия – изменение вида юридического лица предприятия.

Прибыль – показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия.

Принципы планирования – правила, которые необходимо соблюдать при осуществлении планирования деятельности предприятия.

Производственная программа предприятия – необходимый объем производства работ, услуг, продукции в планируемом периоде, соответствующий по номенклатуре, ассортименту, формам обслуживания и качеству требованиям плана реализации.

Производственный кооператив – добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной или иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов.

Производственный процесс – совокупность действий, в результате которых предмет труда превращается в готовый продукт (восстанавливаются потребительские качества и внешний вид).

Производственная мощность – максимально возможный годовой объем производства при данных организационно-технических условиях.

Производительность труда – способность конкретного труда производить в единицу времени большее или меньшее количество продукции (услуги, работ).

Процесс обслуживания – процесс взаимодействия покупателя и продавца.

Рабочее место – зона трудовой деятельности рабочего или группы рабочих, оснащенная необходимыми средствами труда для выполнения



услуг, работ, изготовления продукции.

Расценка – стоимость оплаты труда за выполнение единицы продукции (услуги, работы), операции.

Реестр лицензий — совокупность данных о предоставлении лицензий, переоформлении документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановлении и возобновлении действия лицензий и об аннулировании лицензий.

Режим работы – регламентированное время функционирования предприятия: количество рабочих дней в неделю, число и продолжительность смены, перерывы на обед и между сменами.

Резервы предприятия – неиспользованные или не полностью использованные возможности предприятия по повышению эффективности производства.

Рекламный бюджет – расчет затрат на реализацию рекламных мероприятий предприятия.

Реконструкция здания - это комплекс строительно-монтажных работ и организационно-строительных мероприятий, связанных с изменением основных технико-экономических показателей строящихся или ремонтируемых объектов (количества и качества помещений, строительного объема и общей площади здания, вместимости, пропускной способности и т.д.) или его назначения, в целях улучшения условий проживания, качества обслуживания, увеличения объема услуг.

Методы (способы) реконструкции – надстройкой дополнительных этажей; пристройкой лоджий, балконов, террас; перестройкой дома с целью изменения его объемно-планировочного решения (с частичной разборкой, достройкой новых фрагментов);

изменением архитектурного облика здания путем обновления фасадов, обустройства балконов, лоджий.

Рентабельность – характеризует результативность деятельности фирмы: различают рентабельность производства, общую рентабельность, рентабельность продаж.

Реорганизация предприятия – права и обязанности юридического лица переходят к другому юридическому лицу в порядке правопреемства.

Себестоимость – затраты предприятия на производство и реализацию продукции.

Серийное производство – предусматривает одновременное изготовление сериями широкой номенклатуры однородной продукции, выпуск которой повторяется в течение продолжительного времени.

Сертификат – документ, удостоверяющий качество товара, услу-

ги, выдаваемый конкретными компетентными органами на основе экспертизы товара, услуги.

Сертификация продукции, услуги – процедура принятия и реализации международных норм оценки и контроля качества продукции, услуг; осуществляется созданием независимых от изготовителей специальных центров, оснащенных оборудованием и приборами для контроля продукции, услуг на соответствие международным стандартам.

Содержание труда – структура умственных и физических нагрузок и соотношений между ними; многообразие принимаемых решений, мера ответственности за результаты труда.

Соискатель лицензии — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, обратившиеся в лицензирующий орган с заявлением о предоставлении лицензии на осуществление конкретного вида деятельности

Специализация производства – сосредоточение производства однородной продукции, выполнения однородных работ и услуг на предприятии (в подразделении предприятия).

Списочный состав работников предприятия – численность работников, числящихся по спискам предприятия (заведены трудовые книжки).

Средние издержки – величина валовых издержек, приходящаяся на единицу услуги (продукции, работ).

Средняя заработная плата – один из трудовых показателей деятельности предприятия, рассчитывается делением фонда заработной платы на численность персонала, показывается в расчете на одного работающего и одного рабочего.

Средство труда – то, с помощью чего осуществляется производственный процесс, т.е. орудия производства, здания, сооружения, транспортные средства, хозяйственный инвентарь.

Стандартизация – установление и применение правил с целью упорядочения деятельности в определенной области на пользу и при участии всех заинтересованных сторон; находит отражение во всех нормативных документах, стандартах, инструкциях, методах, требованиях к разработке продукции, выполнению работ, услуг.

Структура предприятия – состав подразделений предприятия и формы взаимосвязей между ними.

Структурное подразделение предприятия – официально выделенный орган управления частью предприятия с самостоятельными задачами, функциями и ответственностью за выполнение возложенных на него задач. Виды структурных подразделений: управление, службы, отделы, цеха, отделения, бюро, лаборатория, секторы и участки.

Тарифная система – сборник нормативных документов по оплате труда, включающий тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационные справочники.

Технический контроль качества продукции, услуг – комплекс взаимосвязанных и проводимых в соответствии с установленным порядком контрольных операций.

Технологическая операция – операция, в процессе которой происходит изменение форм, размеров, свойств материалов, товара.

Технологический процесс – основная часть производственного процесса, в которой происходит непосредственное воздействие средств труда и рабочей силы на предмет труда, в результате чего он видоизменяется.

Тип организации производства – комплексная характеристика технических, организационных и экономических особенностей производства, обусловленная его специализацией, объемом и постоянством номенклатуры продукции, формой движения изделий по рабочим местам.

Товарищество на вере (коммандитное) – форма организации предприятия, в котором личное участие партнеров в делах товарищества сочетается с участием капитальными средствами: коммандитисты и полные товарищи.

Трудоемкость – затраты рабочего времени на производство единицы продукции, выполнение услуги, работы.

Управление качеством – действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции, услуг в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества.

Условия труда – совокупность факторов производственной сферы, оказывающих влияние на здоровье и работоспособность персонала в процессе труда.

Устав предприятия – официальный документ, подтверждающий законность создания предприятия, содержащий характер и правила его деятельности, основы взаимоотношений между партнерами.

Учредительные документы – документы, служащие основанием для учреждения вновь создаваемого предприятия и его регистрации в установленном порядке.

Факторинг – деятельность специализированного учреждения (факторинговой фирмы или факторингового отделения банка) по взысканию денежных средств с должников своего клиента (промышленной или торговой фирмы) и управлению его долговыми требованиями.

Финансовый лизинг предусматривает выплату арендатором в течение действия контракта сумм, покрывающих полную стоимость амортизации оборудования или большую ее часть, а также прибыли арендо-

дателя.

Финансовый план – заключительный раздел плана предприятия (долговременного, текущего, бизнес-плана), представляющий собой баланс его доходов и расходов.

Финансовые ресурсы – это денежные средства, имеющиеся в распоряжении предприятия и предназначенные для осуществления текущих затрат и затрат по расширенному воспроизводству, для выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования работающих. Финансовые ресурсы направляются также на содержание и развитие объектов непроизводственной сферы, потребление, накопление, в специальные резервные фонды.

Фонд заработной платы – один из трудовых показателей деятельности предприятия, характеризующий сумму средств, выплачиваемых персоналу предприятия в соответствии с количеством и качеством их труда.

Фонд потребления – включает фонд заработной платы и средства на потребление из прибыли предприятия.

Форма обслуживания – определенная система организации оказания услуг потребителю.

Франчайзинг – система продажи лицензий (франшиз) на технологию и товарный знак.

Чистая прибыль – прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных выплат.

Экономический потенциал предприятия – совокупность ресурсов, имеющих в распоряжении предприятия, и способности его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов с целью создания товаров, услуг и получения максимального дохода.

Эстетика обслуживания – благоприятная обстановка и комфорт, создаваемые заказчику при получении услуги, способствующие улучшению настроения человека и оставляющие хорошее впечатление от посещения предприятия.

Этика обслуживания – вежливое, внимательное и доброжелательное отношение работников сферы услуг к заказчикам.

Юридическое лицо – организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности и быть истцом и ответчиком в суде.

Явочный состав рабочих – численность рабочих, явившихся на работу данную дату; численность рабочих, необходимая для выполнения производственной программы.

## Библиографический список

1. ФЗ №2300-1 «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 (редакция от 25.10.07).
2. ФЗ №52 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.99.
3. ФЗ №184 «О техническом регулировании» от 27.12.02.
4. ФЗ №160 «О лицензировании отдельных видов деятельности (редакция от 23.07.08)
5. Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации от 8 июня 1993г. №536.
6. ГОСТ 14087-88. Электроприборы бытовые. Общие технические требования.
7. ГОСТ 23660-7. Система технического обслуживания и ремонта техники. Обеспечение ремонтпригодности при разработке изделий.
8. ГОСТ Р 50644-94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов».
9. ГОСТ Р 50762-95. Общественное питание. Классификация предприятий».
10. ГОСТ Р 50936-96. Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры.
11. ГОСТ Р 51142-98. Услуги бытовые. Услуги парикмахерских.
12. ГОСТ Р 51006-96. Услуги транспортные.
13. ГОСТ Р 51825-2001. Услуги пассажирского автомобильного транспорта.
14. ГОСТ Р 51617-2000. Жилищно-коммунальные услуги.
15. ГОСТ Р 51870-2002. Услуги бытовые. Услуги по уборке зданий и сооружений.
16. ГОСТ Р 52112 – 2003. Услуги бытовые. Фотоуслуги. Общие технические условия.
17. ГОСТ 28681.0-90. Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания.
18. РСН 62-86. Методические руководства по определению состава объектов автосервиса и их размещению на автомобильных дорогах
19. СНиП 2.08.02-89\*. Общественные здания и сооружения.
20. СНиП 12-04-2002. Безопасность труда в строительстве. Часть 2. Строительное производство.
21. [СНиП 31-04-2001](#) Складские здания.
22. [ГОСТ 12.1.033-81](#) ССБТ. Пожарная безопасность. Термины и определения.
23. [ГОСТ 14202-69](#) Трубопроводы промышленных предприятий. Опознавательная окраска, предупреждающие знаки и маркировочные

- щитки.
24. [ГОСТ 12.4.026-76](#) ССБТ. Цвета сигнальные и знаки безопасности.
  25. [ГОСТ 25957-83](#) Здания и сооружения мобильные (инвентарные). Классификация. Термины и определения.
  26. [СТ СЭВ 383-87](#) Пожарная безопасность в строительстве. Термины и определения.
  27. [НПБ 104-95](#) Проектирование систем оповещения людей о пожаре в зданиях и сооружениях.
  28. [НПБ 105-95](#) Определение категорий помещений и зданий по взрывопожарной и пожарной опасности.
  29. [НПБ 110-99](#) Перечень зданий, сооружений, помещений и оборудования, подлежащих защите автоматическими установками пожаротушения и автоматической пожарной сигнализацией.
  30. СанПин 2.2.3.1384-03. Гигиенические требования к организации строительного производства и строительных работ.
  31. СНиП 21-02-99. Стоянки автомобилей.
  32. СанПин 2.1.2.1199-03. Парикмахерские. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию.
  33. МУ 2.2.4.706-98. Оценка освещения рабочих мест.
  34. СНиП 41-01-2003. Отопление, вентиляция и кондиционирование
  35. Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг [Текст] / Д.В. Кислов, Б.Е. Башилов – М.: Вершина, 2006. – 264 с.
  36. Грибов В.Д. Экономика предприятия сервиса [Текст] : учебное пособие / В.Д.Грибов , А.Л. Леонов. – М.: КНОРУС, 2006. – 280с.
  37. Проектирование процесса оказания услуг [Текст] : учебное пособие / Г.В. Верхов, И.М. Коваленко, Н.М. Комаров, А.В. Максимов и др., под общ. ред. Н.М. Комарова. – М.: Дело и Сервис, 2009. – 288 с.
  38. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст]: Учебник / М.В. Виноградова, З.И. Панина – М. «Дашков и К<sup>0</sup>», 464 с.
  39. Глухов, В.В. Менеджмент [Текст] / В.В. Глухов – С-Пб.: Питер, 2007. – 608 с.
  40. Гордин, В.Э. Менеджмент в сфере услуг [Текст]: Учебник / В.Э. Гордин, М.Д. Сущинская, М.В. Волошина, О.С. Коротеева, В.В. Тютюник. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007.-271с.
  41. Мескон, М. Основы менеджмента [Текст] /М.Мескон, М. Альбер, Ф. Хедоури. - М.: Издательство Вильямс, 2007 – 672с.
  42. Новицкий, Н.И. Организация производства на предприятии: Учебно-методическое пособие – М.: Финансы и статистика, 2001 – 392 с.
  43. Управление персоналом организации [Текст]: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2008. -

638 с.

44. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 4-е изд. Перераб. и доп. М. : Экономистъ, 2006. – 699 с.

Приложение А

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное агентство по образованию

ГОУ ВПО «Российский химико-технологический университет  
имени Д.И. Менделеева»  
Новомосковский институт (филиал)

Факультет «Экономика и управление»  
Кафедра «Менеджмент»  
Специальность « \_\_\_\_\_ »

**Индивидуальное задание**

***Контрольная работа (для студентов заочного отделения)***

по дисциплине «Проектирование процесса оказания услуг»  
на тему: «Активы предприятия »

Студент:

И.И. Иванов

Группа:

Шифр:

Преподаватель:

Т.П. Колесникова

Новомосковск, 201...



## Приложение Б Содержание

I Теоретическая часть	
Введение	3
1 Основной капитал	5
1.1 Понятие и состав основного капитала	6
1.2 Основные фонды и их структура	8
2 Оборотный капитал предприятия	12
3 Денежные средства	
Заключение	
II Практическая часть	
1 этап - Формализация идеи	30
2 этап - Разработка положений и условий работы фирмы	35
3 этап - Предложения по развитию и совершенствованию выбранного вида услуг	39
Список литературы	44

## Приложение В

### Обязательная сертификация товаров

Обязательная сертификация товаров и услуг – это процедура, проводимая незаинтересованным лицом (организацией) с целью подтверждения соответствия продукции, товаров и услуг требованиям и нормам, установленным государством. При этом следует помнить, что обязательная сертификация, услуг и оборудования основывается на требованиях, предусмотренных законом. Ранее существовал Федеральный Закон «О сертификации продукции и услуг», определяющий основные правила и нормы. Данный закон утратил силу после выхода Федерального закона от 27.12.2002 «О техническом регулировании», который определяет права и обязанности сторон, участвующих в разработке, принятии и исполнении на добровольной или обязательной основах требований, предъявляемых к продукции, товарам, услугам. Перечень продукции, которая подлежит обязательной сертификации, представлен в Постановлении Госстандарта РФ от 30 июля 2002 г. N 64

Закон «О сертификации продукции и услуг» от 1993 года утратил силу после выхода Федерального закона от 27.12.2002 «О техническом регулировании». ФЗ «О техническом регулировании» определяет права и обязанности сторон, участвующих в разработке, принятии и исполнении на добровольной или обязательной основах требований, предъявляемых к продукции, товарам, услугам. Перечень продукции, которая подлежит обязательной сертификации, представлен в постановлении Правительства РФ от 13 августа 1997 г. № 1013 (с редакцией от 29 апреля 2002 года и от 10 февраля 2004 года).

**Обязательная сертификация товаров.** Согласно постановлению Правительства РФ, подлежат обязательной сертификации товары:

- детские товары;
- продовольственные товары;
- косметика, парфюмерия, мыло;
- лекарственные средства;
- головные уборы, швейные и трикотажные изделия.

Также в перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации, вошли строительные материалы, текстильные товары, обувь, хозяйственные товары, предметы интерьера, спортивные товары, изделия из пуха, меха и шкур животных. Это лишь часть списка, представленного в «Номенклатуре продукции, в отношении которой законодательными актами российской федерации предусмотрена обязательная сертификация»

**Обязательная сертификация оборудования.** В Постановлении в основном регламентируется бытовое оборудование, которое подлежит

сертификации. К примеру, это могут быть приборы для водоснабжения и отопления, радиоэлектронные товары. Кроме того, существует приказ МЧС, согласно которому некоторые виды оборудования обязаны иметь и пожарный сертификат. Например, обязательной пожарной сертификации подлежат:

- электротехническое оборудование;
- электрические приборы, а так же устройства защитного отключения;
- оборудование, обеспечивающее пожарную безопасность.

Полный список оборудования вы можете прочитать в приказе МЧС № 320 от 08.07.2002 г. «Об утверждении Перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации в области пожарной безопасности».

**Обязательная сертификация услуг и работ.** С 2004 г. сертификация услуг является добровольной, согласно Постановлению от 10 февраля 2004 г. № 72. «О внесении изменений в перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации, в перечень продукции, соответствие которой может быть подтверждено декларацией о соответствии, и о признании утратившим силу перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации».

Виды услуг (ГОСТ Р 50646-94):

- бытовое обслуживание (выдается сертификат на услуги в соответствии с ГОСТ 26265-84), включая ремонт бытовой техники (ГОСТ Р 50936-96, ГОСТ 30589-97), прачечные услуги (ГОСТ Р 52058-2003), ремонт обуви (ГОСТ Р 51660-2000), химическая чистка (выдается сертификат в соответствии с ГОСТ Р 51108-97);
- общественное питание (услуги ресторанов, кафе и других предприятий общественного питания, включая и услуги по приготовлению кулинарной и кондитерской продукции, ГОСТ Р 50935-96, ГОСТ Р 50764-95);
- услуги розничной торговли (пищевых продуктов и непродовольственных товаров, ГОСТ Р 51773-2001, ГОСТ Р 51304-99);
- коммунальное обслуживание (выдается сертификат на услуги в соответствии с ГОСТ Р 51929-2002, ГОСТ Р 51617-2000),
- лечение;
- обучение;
- культурное обслуживание;
- транспортное обслуживание (ГОСТ Р 52298-2004) ;
- спортивные услуги;
- уход за детьми и престарелыми;
- гостиничные услуги;

- консультирование (включая юридический, бизнес консалтинг и коучинг) ;
- предоставление информации (информационные услуги) ;
- услуги связи и коммуникаций;
- парикмахерские услуги (ГОСТ Р 51142-98) ;
- косметические услуги;
- услуги по ремонту и техническому обслуживанию автотранспорта (выдается сертификат в соответствии с ГОСТ 20334-81, ГОСТ 20831-75, ГОСТ 20793-86) ;
- ремонт и пошив одежды (ГОСТ Р 51306-99) и головных уборов (ГОСТ Р 51308-99) ;
- ремонт и строительство жилья (ГОСТ Р 52059-2003) ;
- уборка зданий и сооружений (выдается сертификат на услуги в соответствии с ГОСТ Р 51870-2002) ;
- туристское и экскурсионное обслуживание (выдается сертификат на услуги в соответствии с ГОСТ Р 50645-94, ГОСТ Р 50644-94, ГОСТ Р 51185-98).

## Приложение Г

### Добровольная сертификация

Добровольная схема сертификации проводится аккредитованным органом на основании инициативы заявителя. Добровольный сертификат необходим в случае, когда нужно установить соответствие продукции каким-либо стандартам (национальным, производственным) или правилам и условиям договора. В случае, если товар или услуга, согласно требованиям системы сертификации ГОСТ Р, должны иметь обязательный сертификат, то добровольная схема их от этого не освобождает.

Объектами добровольной сертификации могут выступать производственные процессы, продукция, условия хранения и перевозки, реализации и утилизации, и другие объекты, относительно которых могут быть установлены требования. Для проведения добровольной сертификации необходимо обратиться с заявлением в аккредитованный орган. Система добровольной сертификации не может заменить обязательную, если продукция включена в перечень товаров и услуг, подлежащих обязательной сертификации.

В рамках добровольной системы сертификации может проверяться продукция, ранее прошедшая обязательную сертификацию. В этом случае товар тестируется на соответствие дополнительных требований, которые не входят в обязательную систему. Например, иностранный производитель заявляет, что его микроволновые печи благоприятно воздействуют на биологическое поле человека. В этом случае только прохождение добровольной сертификации может подтвердить или опровергнуть этот факт.

Наш сертификационный центр готов оказать вам любую помощь в сертификации продукции, товаров и услуг. У нас вы можете получить обязательный и добровольный сертификат, отказное письмо, а так же получить бесплатную консультацию специалиста по интересующему вопросу.

## Приложение Д

### Санитарно-эпидемиологическое заключение

Санитарно-эпидемиологическое заключение (СЭЗ) – это документ, выданный органами Роспотребнадзора и подтверждающий разрешение на производство, ввоз и вывоз продукции. Наличие СЭЗ – это гарантия того, что продукция/товар/услуга соответствуют всем установленным санитарно-гигиеническим требованиям и правилам (СанПин, ГН и др.). Так же этот документ подтверждает безопасность продукции для жизни и здоровья человека. Для товаров, подлежащих обязательной сертификации или провозимых через границу для последующей коммерческой реализации, получение санитарно-эпидемиологического заключения является необходимой процедурой.

На федеральном уровне за соблюдением санитарных и гигиенических норм следит ЦГСЭН - Центр государственного санитарно-эпидемиологического надзора. Помимо работ, направленных на разработку норм и правил, информирование и аккредитацию, это учреждение проводит экспертизы, необходимые для получения СЭЗ и гигиенических сертификатов. Так же ЦГСЭН осуществляет всевозможные виды экспертиз, испытаний и исследований на токсикологическую и гигиеническую безопасность.

Получить санитарно-эпидемиологическое заключение можно в Территориальных Управлениях Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (если речь идет об оформлении документов).

#### **Органы сертификации**

Крупнейшими органами сертификации и стандартизации являются:

- ВНИИС (Всероссийский Научно-Исследовательский Институт Сертификации)
- Госстандарт (Федеральное Агентство по Техническому регулированию и Метрологии) и Госстрой;
- ЦГСЭН (Центр государственного санитарно-эпидемиологического надзора);
- СЭС (Санитарно-эпидемиологическая служба);
- Ростест.

**ВНИИС** крупнейшая организация сертификации и стандартизации в стране. Занимается разработкой научно-методических основ подтверждения соответствия продукции/товаров/услуг стандартам качества и безопасности, определяет порядок сертификации и проводит аккредитацию. В состав ВНИИС входят различные органы сертификации (электрооборудования, продукции текстильной и легкой промышленности,

систем менеджмента качества и др.).

**Госстандарт и Госстрой России** не занимаются проведением сертификации, так как их основная задача – регистрация ГОСТов, составление планов государственной стандартизации.

**Ростест** - государственный орган сертификации. Его задача – осуществление контроля над выполнением требований, предъявляемых к сертификации продукции/работ/товаров/услуг. Помимо надзора, Ростест проводит метрологический контроль (обеспечивает единство измерений на территории страны), а так же занимается проведением сертификации услуг, продукции и систем качества.

**СЭС и ЦГЭСН** - органы санитарно - эпидемиологического контроля. Осуществляют надзор за выполнением гигиенических и санитарных норм предприятиями, организациями и отдельными гражданами. Зачастую порядок сертификации по ГОСТу предусматривает прохождения экспертизы в данных органах, которое должно подтвердить соответствие продукции или услуг гигиеническим нормам.

#### **Получение гигиенического сертификата**

Санитарно-гигиенический сертификат – это документ, подтверждающий факт соответствия или несоответствия продукции, деятельности, среды обитания, работ и услуг и пр. государственным санитарно-эпидемиологическим правилам и нормам. Этот документ выдается органами Роспотребнадзора на основании гигиенического заключения, протокола проведенных экспертиз и лабораторных исследований.

Различают следующие виды санитарно-гигиенических сертификатов:

- гигиенический сертификат на продукцию;
- гигиенический сертификат на работы, деятельность, услуги;
- гигиенический сертификат на технические условия.

В зависимости от вида, различаются и сроки действия санитарно-гигиенического сертификата:

- 5 лет - на продукцию;
- до 1 года - на опытную, пробную партию продукции;
- бессрочно – на все виды деятельности, услуги и работы (за исключением сезонных);
- бессрочно – на проектную документацию, технические условия (в случае необходимости возможно получение гигиенического сертификата на конкретный срок).

Для оформления гигиенического заключения некоторым видам продукции нужно пройти экспертизу:

- продукция, представляющая опасность для человека при изменении комплектации, состава, конструкции, процесса производства, технической документации и т.д.;

- некоторые виды ввозимой продукции, являющиеся опасными для человека;
- некоторые виды продукции, которые могут представлять опасность для человека после истечения срока действия выданного ранее гигиенического заключения;
- некоторые виды работ, услуг и деятельности, которые могут представлять потенциальную опасность для людей.

В приказе от 19 июля 2007 г. N 224 «О санитарно-эпидемиологических экспертизах, обследованиях, исследованиях, испытаниях и токсикологических, гигиенических и иных видах оценок». Указан спектр продукции, попадающей под обязательную гигиеническую экспертизу, но в нем нет привязки к кодам ОКП. Из-за этого часто возникает неопределенность относительно необходимости получения гигиенического сертификата. На данный момент действует Письмо Федеральной Таможенной Службы РФ от 27 марта 2008 г. N 01-11/11534 «О списке товаров, на которые должны быть оформлены санитарно-эпидемиологические заключения или свидетельства о государственной регистрации при таможенном оформлении».

### **Разработка технических условий**

Технические условия – документ, регламентирующий основные технические требования, предъявляемые к продукции, услуге или процессу. Так же в ТУ указываются процедуры, с помощью которых можно установить факт соблюдения или нарушения этих правил. Регистрация технических условий производится для конкретного продукта, материала, изделия, товара или нескольких продуктов, материалов, изделий, товаров и т.д.

Если на выпускаемую продукцию не существует определенного ГОСТа, то в этом случае на данную продукцию разрабатывают технические условия. Сертификация нестандартизированных товаров проводится по ГОСТу с учетом требований, предъявляемых к аналогичной продукции и утвержденных в должном порядке. Сертификат соответствия на продукцию говорит о том, что производитель при производстве продукции не нарушает существующих норм и стандартов. ТУ необходимы для получения сертификата соответствия по добровольной схеме, а так же для проведения санитарно-эпидемиологического заключения и принятия решений службами Роспотребнадзора. Для того чтобы иметь представление о данном виде документов, мы рекомендуем вам скачать технические условия, представленные в данном разделе в качестве примера.

Разработка технических условий возможна только по решению



производителя/разработчика или по требованию потребителя продукции. ТУ – обязательная часть документации на продукцию. При отсутствии сертификата соответствия и технических условий, производитель обязан предоставить весь комплекс требований к продукции, её изготовлению, приемке и контролю. При получении технических условий необходимо учесть то, что ТУ не должны противоречить установленным государством стандартам. Так же при разработке технических условий учитываются международные требования и стандарты, применяемые к данной продукции. Все ТУ должны соответствовать требованиям государственного стандарта ГОСТ 2.114-95. Регистрация технических условий осуществляется аккредитованным органом. При этом разработку ТУ могут выполнить как сами производители (при достаточном опыте), так и сертификационные организации.

Приложение Е  
Постановление Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии  
(Госстандарт России)

от 3 июля 2001 г. N 62

## ПРИМЕНЕНИЕ СХЕМ СЕРТИФИКАЦИИ

### Схема 2.

Схема 2 применяется, как правило, при сертификации небольших и средних предприятий (от 1 до 30 человек в сфере основного производства), в которых ответственность за качество и безопасность услуг либо в полном объеме возлагается на непосредственных исполнителей услуг, либо имеющих двух-, трехуровневую структуру управления и распределения ответственности за качество и безопасность оказания услуг. Отдельные составляющие процесса могут иметь различных ответственных исполнителей. Процесс оказания услуг основан, как правило, на использовании документированных процедур (технологические инструкции, паспорта маршрутов и т.п.).

"Оценка оказания услуг" при схеме 2 осуществляется посредством оценки процесса оказания услуг.

Оценка процесса оказания услуги производится путем оценки возможностей исполнителя осуществлять конкретный процесс оказания услуги в соответствии с установленными требованиями.

Оценка процесса оказания услуги предусматривает проверку:

- обеспеченности процесса нормативными и техническими документами;
- обеспеченности процесса необходимыми техническими средствами, подвижным составом, оборудованием, оснасткой и т.п.;
- соответствия квалификации, опыта работы и иных профессиональных характеристик персонала требованиям, установленным в нормативных и технических документах.

При этом в протоколах (актах) фиксируются основные параметры оцениваемого процесса оказания услуги, которые являются ограничениями на область действия сертификата соответствия. В качестве параметров могут выступать: технологии или отдельные элементы процесса оказания услуги, маршруты; виды применяемого подвижного состава, технического обеспечения и оснащения процесса оказания услуги; требования к квалификации, опыту работы, иным профессиональным характеристикам персонала и др.

**Схема 3.**

Схема 3 применяется в большинстве случаев для крупных предприятий (с числом занятых в сфере основного производства более 30 человек), имеющих, как правило, многоуровневую структуру управления и распределения ответственности, использующих документально оформленные процессы оказания услуг, а также располагающих организационно-техническими и кадровыми ресурсами для проектирования процесса оказания услуг.

"Оценка оказания услуг" при схеме 3 осуществляется посредством анализа состояния производства.

Анализ состояния производства осуществляется путем оценки возможностей исполнителя стабильно проводить весь комплекс работ, связанных с оказанием услуги, с учетом возможностей проектирования процесса оказания услуги или его отдельных параметров.

При этом оценивается:

- обеспеченность Заявителя должными процедурами, кадрами, способными осуществлять проектирование процесса оказания услуги или его отдельных параметров;
- процесс оказания услуги в соответствии с процедурами оценки процесса, осуществляемыми по схеме 2.

При сертификации по данной схеме за счет подтвержденных возможностей исполнителя проектировать процесс оказания услуги или его отдельные параметры, ограничения на деятельность исполнителя, в рамках сертифицированной услуги, как правило, менее жесткие, чем при сертификации по схеме 2.

**Учебное издание**

**Методические указания  
по изучению курса «Проектирование процесса оказания  
услуг» для студентов дневной и заочной формы обучения  
специальности 230700 «Сервис» специализации 230702  
«Сервис бытовой и радиоэлектронной аппаратуры», 230703  
«Сервис компьютерной и микропроцессорной техники» и  
специальности 230712 «Автосервис»**

Составители:

**Колесникова Татьяна Павловна  
Стекольниковая Ирина Юрьевна**

Редактор Пряхина Н.А.

Подписано в печать \_\_\_\_\_ Формат 60\*84 <sup>1/16</sup>  
Бумага «Svetocopy». Отпечатано на ризографе.  
Усл. печ. л. \_\_\_\_\_. Уч. изд. л. \_\_\_\_\_.  
Тираж 100 экз. Заказ № \_\_\_\_\_

ГОУ ВПО «Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева»  
Новомосковский институт (филиал). Издательский центр  
Адрес университета: 125047, Москва, Миусская пл., 9  
Адрес института: 301655 Новомосковск, Тульская обл., Дружбы, 8