СОДЕРЖАНИЕ

Введение……………………………………………...……………………………….3

1. Теоретические основы формирования сервисной политики в организации…………………………………………………………………………..6

1.1 Понятие и сущность сервисной политики в организации………………………………………………………….……………….6

1.2 Классификация и принципы формирования сервисной политики в организации................................................................................................................11

1.3. Методы и критерии оценки сервисной политики в организации……………………………………………………………..…………..20

2. Анализ формирования сервисной политики в организации ООО «Алоэ Урал».… ……………..…………..……………..…………………………………...26

2.1 Организационно-экономическая характеристика организации ООО «Алоэ Урал»…………………………………………………………………………...……26

2.2 Анализ проблем формирования сервисной политики в аптечных организациях…………………………………………………………….…………..34

2.3 Анализ проблем в сервисной политики в организации ООО «Алоэ Урал»………………………… …………………………...……………….………..41

3.Пути совершенствования формирования сервисной политики организации ООО «Алоэ Урал»…………… ………………………………………..…………...54

3.1 Программа мероприятий по совершенствования сервисной политики…………………………………………………………………………..…54

3.2 Социально-экономическая эффективность предложенных мероприятий…….……………..…………..……………..………………………....59

Заключение……………………………..………...…………………………………62

Список использованной литературы………………………………………….…...64

Приложение А. Отчет о финансовых результатах …………………………..…...67

Приложение Б. Бухгалтерский баланс……….…………………………………....69

ВВЕДЕНИЕ

Сервисная политика предприятия представляет собой совокупность целей, принципов и стратегий в сервисной деятельности. Она добавляет ценность продукту, предлагаемому потребителю.

Сервисное обслуживание являются неотъемлемым элементом политики организации. В общем случае обслуживание - часть продуктовой концепции компании. Цель сервиса – предложить покупателям имеющийся товар и оказать им помощь в получении наибольшей пользы от него.

Высокая мотивация к развитию сервисной политики в организациях основана на таких факторах как: ростом конкуренции на рынке, созданием и сервисных центров определенного профиля, расширением перечня дополнительных услуг. Другими словами, качество сервиса в организации во многом зависит от личности исполнителя и обстоятельств, в которых она действует на рынке.

На данный момент возрастает роль персонала. Все более значимым становиться внимательное отношение к запросам (проблемам) клиента, умение осуществлять компетентные рекомендации при продажах.

Роль различных социальных услуг, которые организация может оказывать своим посетителям, значительно возрастает. Одним из важнейших факторов эффективности развития любой индустрии является улучшение организации сферы обслуживания.

 Актуальность данной темы заключается в том, что если сервис, который организация может оказывать своим посетителям, значительно возрастает, то и прибыль, которую организация получит в конечном итоге, возрастает.

 Целью является разработка комплекса мероприятий по совершенствованию сервисной политики организации на примере ООО «Алоэ Урал».

 В соответствии с целью были определены следующие задачи:

1.Изучить формирования сервисной политики в организации, методы и критерии оценки сервисной политики в организации;

2.Представить организационно-экономическую характеристику организации ООО «Алоэ Урал»;

3.Провести анализ проблем формирования сервисной политики на примере организации ООО «Алоэ Урал»;

4.Разработать рекомендации по совершенствованию существующей сервисной политики в организации ООО «Алоэ Урал» и представить прогноз экономического эффекта от предлагаемых мероприятий.

Объект исследования - сервисная политика ООО «Алоэ Урал».

Предмет исследования – организационно-управленческие процессы сервисного обслуживания клиентов ООО «Алоэ Урал».