



Сфера услуг является основой любой современной развитой экономики, имея при этом крайне неоднородную внутреннюю структуру и состав. Основной характеристикой сферы услуг является прямой контакт лица, оказывающего услугу, с получателем услуги, а сама услуга имеет нематериальное выражение.

Целью исследования является развитие теоретической базы в области предпринимательской деятельности в сфере услуг, объектом исследования - предпринимательство, предметом исследования - предпринимательство в сфере предоставления услуг.

Предлагаемыми в работе пунктами новизны являются:

1. Формирование обобщенной методики оценки конкурентной среды в сфере услуг;
2. Формулирование единого подхода к маркетинговому продвижению нематериальных услуг;
3. Определение подходов к реорганизации процессов оказания услуг в целях повышения их конкурентоспособности.

К задачам исследования на основании предложенных пунктов новизны можно отнести:

1. Уточнение методов оценки конкурентной среды в целях повышения качества и репрезентативности их результатов в сфере услуг. В частности, формирование мотивированного отказа от анализа рыночной власти поставщиков, ввиду их слабого влияния на рыночную конъюнктуру в сфере услуг;
2. Определение эффективных и неэффективных методов маркетингового продвижения услуг, формирование методики оценки эффективности маркетинга услуг на основе анализа потребителя услуг;
3. Формирование методологии реорганизации процессов в сфере услуг, основанной на анализе потребительских предпочтений и потребительского поведения.