

物业管理论文参考文献(实用8篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

物业管理论文参考文献篇一

专业素质偏低。物业管理这一工作涵盖广泛，不仅仅是人们理解的“后勤”。它需要懂得车辆管理、物业管理的知识，使物业服务有序进行。然而目前电力企业内部物业管理团队组建较滞后，从业人员大都是主电力企业物业管理的对策探讨业富余的老员工，由于主业改革被调配到物业管理等附属企业。学历低、年龄大、专业知识匮乏等问题逐渐显露；职工本身匮乏对自身的定位认知，忽视知识提升；而管理人员对这个新生企业的问题缺乏重视，不进行职工的素质培训。如此导致物业公司年轻力量少，整体素质偏低。经营与管理缺乏规范。电力企业内部结构混杂，体制尚不健全，收费不均匀，管理条例不清晰。近年来国家鼓励国有企业经济市场化，电力企业亦向多元化发展，尤其向地产等行业进军以为企业内部员工谋取福利。由于尚处在改革初期，这种多元化发展并不规范，早前人民谴责的电力企业职工压力小却福利高的情况仍然存在。由于电力企业旗下房产开发公司配备的物业服务仍属电力，物业费用的收取就出现了体制内业主和体制外业主的不均匀现象。虽然国家近前颁布了相关物业收费管理规定，但电力企业物业管理公司并没有严格按照规定收费。一旦业主委员会反映此类问题并进行阻止，物业费用即会变为企业潜在补贴发给体制内业主，这样还是会有不公平不均匀现象存在。所以电力企业要做到主企业附属企业分离，物业服务费用一碗水端平，消除乱收费现象，做到让所有业主满意。电力企业物业管理公司从业人员专业性欠缺是

上文提及的，这个问题除会导致团队整体素质偏低外，对管理条例的理解和执行也会造成障碍。加之目前我国现行的物业管理条例存在细则漏洞，权利义务混淆，法律地位模糊，更加细致权威的物业管理法则也没有出台迹象，导致企业物业管理过程中会存在钻空子和打擦边球的状况。举个例子，随着我国人民收入水平的大幅提升，快节奏的生活对出行和交通提出了更高的要求，家用小轿车逐步走向广大平民百姓家庭，但如此一来与小区车位需求产生矛盾。许多房产公司在开发楼盘时刻意忽视此问题，也没有进行足够的市场调查。在矛盾显露出来时就通过业主代表会来决定通过占用小区的公共管理面积来扩大业主停车场地，只需要占用很少的人力物力就能开发出一块可收费的停车场地。体制内业主偏向企业本身，体制外业主不会维护自身权益，因此此类问题并不需要房产公司向规划部门申报就能开工建设。这显然是不合理的。欠缺监督管理。物业服务的主体对象是业主，物业公司依靠业主生存和发展，因此物业企业对业主应负有责任，对业主的日常生活、基础设施、物业服务应悉心照顾，这是物业公司的义务。但是电力企业物业管理公司却对业主几乎没有这种意识，这是因为电力企业并没有感受到市场经济带来的新型管理模式和制约体制。比如说在一个电力企业旗下的房产小区内部，业主大都是企业内部的在职员工，物业公司会认为自己是管理者而可以凌驾于房屋产权所有人之上。如此一来，客服与客户的关系变成了管理者与被管理者的关系；服务人员与衣食父母的关系变成了领导和员工的关系。如此一来物业管理公司可以不征求业主意见就对小区进行整改，有问题也可以使用行政命令强行压制。如此一来业主和物业之间就会产生不必要的矛盾，如果不采取措施矛盾会激化为恶性循环。电力公司也并没有组建一个权威的监管机构对物业服务公司进行必要监管，制止物业公司乱收费、消极服务。

2.1 物业公司内部需加强自身服务意识并规范自身服务行为

电力企业物业管理公司应将自己当做其他物业公司一样看待，

以为业主提供高质量的服务为目标，尽职尽责地完成本职工作，而不要将自己摆在上位者的姿态对业主进行命令和管理。因此，若想从根本上解决电力企业物业管理的问题需企业加强自身服务意识并规范自身服务行为。吸收专业人才，加快培训步伐。电力企业物业管理公司要想发展，首要问题就是提高管理团队的专业素质，形成专业化的服务技术力量。因此企业需引进权威力量来带动整个团队向前，并组织职工培训，使他们从意识上和专业上认识到自己的不足。在用人上应鼓励择取专业管理人才，并且可以使用方式多、技术高的手段对员工进行培训管理。当员工素质逐步提高，服务的质量会随之进行提升。健全自身管理机制。由于计划经济的影响，电力企业旗下物业管理公司并没有完全向市场经济转变，在很大程度上依赖主企业，这严重阻碍了物业公司自身的发展前景。为此，电力企业物业公司应以电力企业这一强大平台做基础，实行“走出去”政策，鼓励自己摆脱电力企业体制，建立起走自己发展道路的、具有市场竞争力的自主经营企业。在规范制度上，公司应摆脱过去混乱的管理方式，明确岗位职责，实行绩效考核，严格赏罚制度，鼓励员工与业主多交流，争取做到与服务社会化、人性化。同时应该建立企业文化，增强企业员工荣誉感与凝聚力，扫除消极服务现象。

2.2 电力企业需完善管理体制并加大管理力度

电力企业多样化发展是市场经济的必然，必须做好展开附属企业的监督管理制度，做到附属公司与主公司一样制度严明，管理清晰。物业服务公司也应建立相应的监管部门，建立相关管理体制并严格执行，对物业服务公司进行日常监督，也对其服务水平、从业人员资质、收费制度和审计程序进行公平公开的不定期检查。只有严肃监管体制、加大管理力度，才能稳定电力企业物业管理公司在市场经济下的发展，保证物业服务水平和质量的不断提高。

市场经济已成必然趋势，电力企业必将在改革的路上越行越远，其物业管理公司也必须做好转变的准备。只有做到紧跟

改革浪潮，走战略发展道路，用积极的态度迎接问题、解决问题，才能站稳脚步，放眼未来。

物业管理论文参考文献篇二

关键词：高等教育；物业管理专业；人才培养模式

引言

- 1 四川文理学院物业管理专业人才培养水平发展现状
- 2 四川文理学院物业管理专业人才培养模式现状
- 3 四川文理学院物业管理专业人才培养模式存在问题
 - 3.1 专业教育存在与企业需求和职员发展脱节的现象
 - 3.2 专业教育存在教学落后现象
 - 3.3 实践教学存在瓶颈
- 4 四川文理学院物业管理专业人才培养模式探索
 - 4.1 制定产学研结合的教学大纲和配套教材
 - 4.2 强化实践教学
 - 4.3 加强“双师型”教学团队的建设

5 结论

参考文献：

物业管理论文参考文献篇三

摘要：大数据给人们的生活带来了重大影响，同时也影响着现代管理系统的发展，大数据这一新兴技术和方法给管理系统的创新、应用开辟了新视角，对管理系统的数据处理流程和相关结构产生了积极的推动作用。本文通过分析在当今大数据环境下小区物业管理系统的创新应用，探讨了小区物业管理系统开发的实践。

关键词：大数据；小区物业管理；系统开发应用

进入21世纪，随着经济的发展和居住条件的改善，我国的物业管理经历了从萌芽出现到起步成长的关键时期，以居住小区为单位的物业管理发展起来并成为人们居住方式的主流，小区物业管理系统是随着市场的需求应运而生的。人们生活方式在逐步社区化，而物业管理作为整个小区生活最统一的实体进出口是未来社区生活的纽带，目前国内大型房地产公司都在逐步转型，从房地产公司向互联网+房地产服务公司转型，物业也从基础的物业收缴费管理向小区生活增值服务转型，所以为了推进物业公司向增值方向转型我们做了这个大数据下的小区物业管理系统。该系统是某银行为了提高开户和代收费业务而开发的项目。同时开发此系统是为了通过物业公司作为小区入口而带来的社区金融的发展转型。

一、背景

目前在小区的物业管理中，对于规模较小的物业管理公司来说，仍然可以采用传统的手工管理模式，这足以满足日常管理工作的需要。然而，若想为业主提供更好更便捷的服务，在激烈的市场竞争中脱颖而出，就必须想办法提高工作效率，这成为一个物业管理公司想要做大做强所必须考虑的重要问题。小区物业管理系统是在计算机操作的`辅助下，为物业管理者和小区的业主提供更方便快捷的物业服务而开发的系统。在必要的数据分析及对物业管理工作的具体流程和日常业务

分析的基础上实现的小区物业管理系统，为物业管理工作带来了越来越大的收益。因此，开发一个适于现状的小区物业管理系统，是具有非常重要的现实意义的。

二、系统设计

该小区物业管理系统是采用b/s框架来进行构建并基于j2ee平台进行设计和实现的，后台数据库采用sqlserver20xx数据库，配合云服务器实现物业管理的轻量级应用，且提供移动端app应用。

三、系统设计技术可行性分析

小区物业管理系统是基于j2ee平台进行设计和实现的。j2ee平台与其他开发平台相比，除了可移植性和安全性更高以外，其中采用的技术内容都是成熟技术，在无需采用新兴技术的情况下不会出现需要攻克的技术难题。同时后台数据库采用sqlserver20xx数据库。j2ee+sqlserver20xx的开发组合已被多年应用于许多b/s系统的开发中，被证明是可行的；同时小区物业管理系统并不存在新颖的技术，多是整个小区物业管理中数据表之间的关联设计，根据上述分析可以知道，用当前技术可成功实现小区物业管理系统。

四、系统功能模块设计

这个物业系统的功能范围主要包括涉及物业管理的“四个管理+一个服务”平台业务模块。其中平台模块包括：首页展示、房产管理、客户管理、客户服务、收费管理、财务管理、人事管理和系统设置；系统模块包括：高级搜索、添加、编辑、删除、批量添加、批量导出、审核、权限等。在平台使用中，房产、客户、费用、财务、人事应具有很强的逻辑顺序，平台应按照这种强逻辑关系进行流程设置。其中平台模块各部分的功能简介如下。1. 房产管理模块完成小区资产管理中的从小区管理申请到对应每个房间/车位等固定资源管理的整个

关联架构的添加、搜索、编辑、删除、审核、查看等操作。房产管理模块包括五个子功能：楼盘申请管理、楼盘管理、楼栋管理、房间档案和车位档案。2. 客户管理模块完成小区中业主档案的建立以及业主与物业资产的对应关联关系，并对用户信息进行认证审核，保障后续费用的正确性；针对业主档案进行添加、搜索、编辑、删除、下载批量模板、批量添加、审核、查看等操作。客户管理模块包括两个子功能：业主档案和业主认证审核。3. 客户服务模块客户服务模块是针对客户提供的各类生活服务，包括基本的物业相关服务和生活便捷服务两大类；系统针对客户服务进行添加、搜索、编辑、删除、审核、查看等操作。客户服务模块包括四个子功能：物业报修、增值服务、投诉建议和小区公告。4. 收费管理模块收费管理模块是平台系统中最核心的功能，对物业公司负责的小区内各项收费条目进行设置与管理；通过各项费用管理与前面对应的客户和资产进行关联，完成小区内费用的管理操作。系统针对各种费用管理信息进行添加、搜索、编辑、删除、审核、查看、批量添加、生成模板、批量导入等操作。收费管理模块包括五个子功能：收费项目设置、固定费用管理、周期性费用管理、临时费用管理和租金费用管理。5. 财务管理模块财务管理模块也是平台系统中最核心的功能，对物业公司负责的小区内各项费用条目进行设置与管理；通过对各项费用类型的财务管理，整理和分析物业公司在该小区的运营财务情况。系统针对各种财务信息进行操作。财务管理模块包括五个子功能：收费、费用预缴、收费查询、欠费管理和财务统计。6. 人事管理人事管理主要包括物业公司人员基本信息和职能分配，方便物业公司统一人员信息管理和增值客户服务中职能工作分派，并依据不同的职能工作分配不同的平台操作权限岗位，满足不同的权限岗位人员对系统的具体操作。7. 系统设置系统设置指只有一项功能即修改密码。

五、系统实现

该小区物业管理系统最终功能整体实现包括三个部分：数据

存储的云服务器、物业公司物业管理系统和用户移动端app

六、小结

结合以上各部分功能，这个系统基本可满足当今社会物业管理公司新形态下的管理需求。若要进一步完善系统形成社区生态圈，可让各小区充分借助物业管理职能，提供移动小区周边生活服务包括住户生活密切相关的吃住行游购娱各项实体功能需求，即餐厅、酒店、医院、交通、娱乐等诸多领域，针对住户每一个社区的生活活动形成海量信息，基于大数据对小区内业主进行增值服务和精准营销，提高物业公司服务质量以及业主满意度，面向未来打造业主、商户和物业三者之间全新的社区生态圈。

参考文献：

[3]王亮。地质调查信息化中大数据平台研究[d].长江大学[20xx]

[5]罗秀微。大数据环境下的管理信息系统发展研究[j]《通讯世界》[20xx(3)].

[6]李妩可，郭赛球。基于web的小区物业管理系统开发[j].中国电子商务[20xx(20)].

物业管理论文参考文献篇四

摘要：伴随着物质生活水平越来越高，人们对于各方面的要求变得愈加的严格，因此，住宅业主对物业管理服务的要求越来越高。住宅的屋顶和外墙渗漏这些情况会在很大程度上对业主的生活带去一定的麻烦，还会给业主的生活带去很大的困扰，不仅如此，它还会使业主对物业管理企业的满意度下降，更会对物业的主要结构和使用寿命造成很大的危害。

本文将围绕房屋渗漏的原因和物业管理的日常维护，分析房屋渗漏维修施工各个阶段的要点。

关键词：物业管理；房屋渗漏维修；施工技术

1 导致房屋渗漏的原因分析

1.1 基础建设不合格。在施工之前，房屋的保温层经常有一部分干湿部。当线圈材料附在墙壁时，热沥青会迅速蒸发，并蒸发屋顶水基中的水分。随着建筑环境温度的升高，水分会蒸发到空气中，从而导致了线圈鼓起，甚至出现腐烂。如果在房屋建设的过程中采用一些具有防水性能的材料，就能在很大程度上减慢水分蒸发的速度，会使得这类问题免于发生。水分的蒸发影响了橡胶颗粒分子链的热运动，不利于膜的形成，这将会影响到涂层之间的结合力，导致房屋渗漏的问题出现。

1.2 屋面结构和接缝问题。线圈位置的不恰当，两线圈的宽度不够，会使得一些房屋渗漏问题出现。按规定，长圈搭接不小于70毫米，短圈搭接不小于100毫米，在施工中，操作者常常会疏忽一些碎片(或严重污染)的层。

1.3 屋面顶板的不均匀性和找平层的强度达不到标准。屋面顶板的不均匀性和找平层的强度达不到标准，使防水层表面经常积聚，造成腐蚀和渗漏。另一个原因是基材不光滑、涂膜厚度不够、玻璃布不整齐导致了涂层与砂浆之间的粘结力减少。

2 物业管理的日常维护是房屋渗漏的关键

对于没有质量保证的房屋，工程维修人员应根据房屋的维修规则定期检查房屋外墙防水，定期与业主沟通，及时了解房屋渗漏的基本情况，制定相应的维修方案，并根据具体情况进行维修和保养。

2.1防水层失效。当屋面防水层失效后（且渗漏部位面积小），应该使用玻璃纤维胎改性沥青防水卷材，此材料和玻璃纤维毡+sbs改性沥青作覆盖层，两侧粘贴绝缘材料可算是防水伴侣。具有低温弹性，但延伸性差，适用于一般建筑变形的地下或屋面防水层，以下简称碾压材料、特种堵漏材料和单块聚氨酯防水涂料。它是一种厚、固化的涂层，不需要现场成分，取决于吸水和空气，但基本固化时间较长，不适合长时间储存。它适用于地下和非暴露部分的，防水涂料是防水的，易于维护和可靠，并且可以降低维护成本。

2.2部分漏雨。屋面防水层没有出现故障，只有部分产生漏雨情况，主要是施工过程遗留的问题，如滚筒的常见防水层、开裂、局部渗漏等，可以在滚筒拍区进行切割。可以填补特殊防水材料外观贴片的裂缝，漏雨的地方恢复加工方法需要精心维护，否则将影响维修效果。

2.3大渗漏面积的房屋。对于大面积渗漏的房屋，应进行大面积的维护。首先，要除去防水层，如果防水层已经严重失效，会造成保温层的绝缘性能丧失，维修时应该使保温层完全干燥，直到没有水。否则，绝缘层不能完全干燥和防水，从而防水层中的剩余蒸汽层不能在防水层中蒸发，不仅影响隔热效果，而且防水层会有膨胀和破裂情况发生。最后，必须使基层清洁。

3房屋渗漏维修施工各个阶段的要点分析

3.1基层处理。民用住宅项目大多在年初开工，年终竣工，防水工程均是在雨季或冬季前施工完成的，因此不适合雨、雪或雾期进行施工，基层必须完全干燥，其基本含水量不应超过8%。屋面和外墙防水施工中的地基处理质量会直接影响到施工质量。施工的要点是要求在基面上有足够的强度和刚度，这样房屋不会发生明显的变形。当屋面防水时，1：3水泥砂浆可作为厚度为15毫米的底座，底座必须光滑、坚实、干净。施工中的含水量应控制在8%左右。砂浆的强度必须有足够的

强度，其值在5mpa以上。在槽和壁的交点距离，半径约为15毫米，形成圆弧。或制成药100毫米长的钝角，使表面光滑，以使用轧制材料粘贴。

3.2细节处理是关键。根据各房屋渗漏部位的统计，屋面与纵墙交界处、屋顶边缘檐口、屋顶管接头和雨水出口是防水工程的薄弱环节。若处理不当，会造成渗漏，施工必须非常重视沟槽和沟槽泄漏部件，除了在设计要求上加入粘合带和添加线圈层外，还应注意用密封剂对辊端进行加固。屋面、屋顶沟、檐沟交叉口和排水沟上部均为空铺方式，空铺宽度为200毫米恰当，碾压材料固定密封；滚动材料应该在80毫米区域的无组织排水屋檐进行填充，并且密封。对于屋面管伸长接头处的渗漏，施工时将管子周围的找平层做成锥形台，在填平层内填满沟槽填充防水膏，防水层的环箍应与接缝紧密箍在一起。对于雨水出口处的渗漏，施工中的附加层不应小于5%，其周围直径为500毫米，并用防水涂层或密封材料密封，厚度大于2毫米。杯和底座之间的接触可以加宽和深，凹槽约20毫米深，填充密封材料。

3.3铺设防水卷材的方法应科学。防水卷材的铺装方向应根据屋面的坡度来确定。当坡度小于一定数值时，应与垄平行铺设，从檐口到两个卷材的长边，边缘应遵循流动方向，短边应导引风向，坡度大于15%，轧制材料应垂直放置到屋顶，屋顶不能停留在脊中，因此滚动材料必须越过脊。

参考文献：

[1]李新滨. 浅谈城市住宅“平改坡”改造[j].中国期刊网,20xx(04).

[2]罗熠. 浅谈房屋建筑墙体渗漏水的防治[j].科学之友□20xx(16).

[3]尹战彪, 刘国卫, 扶庆鹏. 浅谈建筑工程渗漏通病防治措

施[j].科技资讯[20xx(16)].

物业管理论文参考文献篇五

摘要：在企业中，品牌所具有的效应是不可估量的，在物业管理中，物业的品牌是物业企业形象和精神的集中体现，是企业“产品”不可或缺的要害。

文章从物业管理的内涵和如何创建物业管理品牌两个方面入手，论述如何让建立物业管理的品牌，以发挥物业管理的品牌效应。

关键字：物业管理；品牌；管理

品牌即是企业的无形资产，能够给企业带来巨大的潜在的经济效益。

物业管理的品牌效应和其他品牌效应一样，具有三大效应，扩散效应、持续效应和放大效应。

物业管理的品牌一旦确立，就会通过商品的流通进入消费领域，进行传播和迅速占领市场。

从我国第一家物业公司成立以来，我国物业管理经历了近30年的发展。

逐步成为了的产业，因此，加强物业管理的品牌效应管理是当前物业管理中必然的选择。

一、物业管理品牌的内涵

品牌是企业形象和精神的集中体现，是企业“产品”不可或缺的要害。

物业管理的品牌是指物业管理行业在社会、经济的建设和发展过程中，行业所提供的产品——服务能够为社会和消费者广泛的认可、信赖和消费，并在一个良性的轨道上传承和延续下去。

管理行业特征和服务属性的集中体现。

在现代企业制度中的物业管理品牌是以市场化、专业化为发展方向，并通过is09002质量认证，以创建“优秀物业管理项目”为内容，并以与业主和企业相关方和谐共融，为业主提供优质的物业管理服务。

物业管理品牌是对服务价值的最好诠释。

真正的物业管理品牌能产生强大的社会和经济效益，是一种无形的资产和力量。

二、物业管理品牌的作用

1、物业管理品牌体现物业管理诚信效应

物业管理的品牌就是为用户提供合理的收费价格、提供高品位、高质量的服务，也体现出物业管理企业给予业主的诚信。

物业企业建成优秀的小区、楼宇、安全文明品牌小区，在提高了物业管理企业自身的价值的同时还产生了良好的经济效益。

物业管理品牌不仅有利于完善开发商的信誉和形象，增强企业自身的吸引力，而且让潜在的购房者更乐意慷慨解囊，还为房地产开发商带来了经济效益和社会效益。

从深圳万科、北京美林花园等成功的物业企业案例可知，良好的物业管理可以带动房地产的发展，从美林花园的物业管

理在北京的市场上一炮打响后，便将房地产公司更名为美林正大，并形成美林系列房地产项目，使物业公司的不断升值，房屋的'销售价格不断攀升，给公司带巨大的经济效益。

2、物业管理品牌是提高企业竞争力的有效手段

具有良好的物业管理品牌，可以让现实的与潜在的购房者(消费者)对物业增加更多一些信心，来促进企业经济效益的提高。

很多业主十分注重和挑选物业公司的服务品牌，他们在现场选房直接与物业管理人员接触，通过物业管路人员的仪表、言行、工作与服务态度等来衡量物业管理品牌的优劣。

可以说，物业公司的服务品牌直接推动和影响房地产的销售业务。

因此，创建物业管理品牌是物业公司发展的必然趋势，不仅有利于推进物业管理服务质量不断完善，而且提高企业竞争力的有效手段。

二、构建物业管理品牌

创建物业管理品牌就是要加强服务物业管理的服务理念，坚持“以人为本”的理念，依靠“人文关怀”、用规范化的服务理念，为广大业主提供优质化服务。

从而达到品牌的建立和宣传的作用。

1. 坚持“以人为本”的管理理念

物业管理企业要获得持久的竞争优势就必须坚持以人为本的理念，充分关注企业环境和员工的需要，并努力为员工创造公平竞争的环境和广阔的发展空间，使员工个人利益和企业利益员工个人发展与企业发展有机结合起来。

以此来激发员工的积极性和创造性。

提高员工的工作效率确保物业管理服务的质量使企业走上良性循环的发展轨道从而实现员工与企业的共同发展。

物业管理中坚持以人为本不仅体现在员工管理中还体现在服务管理的理念和企业文化中，因此，物业管理中的以人为本还必须体现在对广大业主的服务中。

主要在服务态度、服务水平及对业主和客户的情感、心理的关照等。

2. 坚持规范化服务的理念

规范化服务是物业管理中最基础的管理，也是物业管理品牌的基础，也是增强服务质量和观念的前提。

随着国内物业管理市场竞争越来越加剧，而国际物业管理已经进入我的物业市场形成强大的压力，也给我国物业管理企业提出了全新的课题，同时也带来了冲击。

因此，只有在规范化的基础上提供优质化的服务，才能树立和健全物业的管理品牌。

首先，物业管理的规范化是指物业管理公司为顾客提供产品过程中的每一项工作每一个环节都有按照章法和规范。

在日常的管理工作中，应强化岗位责任制，突出工作程序加强内部考核，规范管理体系避免人为的因素在工作中造成的问题，给企业和员工带来损失和不便。

其次，物业管理的规范化，还要增加物业管理的科技含量。

当今物业管理中谁先有效地加强管理中的科技含量谁就会在市场的竞争中占领市场。

因此，物业管理企业在经营过程中必须采用高新技术，首先，通过对信息的广泛收集深入分析和有效沟通，建立物业管理信息系统。

使企业决策者能够及时掌握市场形势的变化和业主的新需求，正确分析竞争对手的优势弱点制定有效的竞争战略提高企业的反应能力和运作效率。

其次，全面提升管理服务平台，用科学的方法提供物业管理服务在最大限度地满足业主需求的同时节约服务成本，使企业拥有新的竞争手段创造和巩固物业管理企业新的效益增长点形成企业独特的竞争优势。

3. “优质化服务”的理念

提供优质规范化服务是物业管理的最终归宿。

物业管理是通过为客户服务而获得社会效益经济效益的，只有树立用户至上服务的思想，用优质的服务满足广大业主要求得到业主认可，才能在广大业主心目中树立良好的企业形象。

才能在社会中提高良好的企业声誉从而增强企业的市场竞争能力。

美国著名营销学家维特认为未来市场竞争的关键不在于企业能提供什么样的产品而是能提供多少附加值服务。

争创物业管理的品牌物业管理企业应当在服务手段、服务特色和提高服务质量上下功夫，能尽量为广大业主和产权人、使用人提供完美周到的服务。

优质的服务不仅包括服务热情、服务规范和服务到位等内容，更重要的是该服务中要凝结着一种先进的企业文化和先进的

管理理念，例如万达物业，他们的服务理念就是文化型服务，其中包括亲情、到位、心理和细微服务等四项服务观念，使业主在不经意间享受物业管理带来的方便、舒适，更让业主体会到超值的服

例如保利物业的服务定位是高端服务。

他们从传统的物业管理服务意识提升到高端服务意识上来，并邀请第三方做业主满意度测评，给自己安上第三只眼睛。

超前预测业主的期望并力争在服务过程中把品牌做精，在意外事件、安全隐患等方面做出妥善的应急处理方案等。

因此，以优质有特色的服务是物业公司提升品牌效应探索成功管理模式的关键。

总之，要建立物业管理的品牌，发挥品牌所具有的效应，就要在理解物业管理品牌内涵的基础上，坚持以人为本，规范物业管理的服务，用优质化的服务来建立自己的物业品牌。

参考文献：

[1]杨宣轶. 物业管理品牌推广的思考[j].城市开发，(5).

[2]牛冬霞. 浅谈物业管理品牌的打造[j].商情，(4).

[3]孙文韬，杨磊. 提供精细化服务，打造物业管理品牌[j].中国物业管理，(7).

[4]杨宣轶. 物业管理品牌推广的思考[j].城市开发，2006(5).

物业管理论文参考文献篇六

摘要：本文首先就当前高职院校物业管理概论课程的现状进

行了分析，然后阐述了高职院校物业管理概论课程中使用微技能训练的重要性，最后提出了微技能训练在高职物业管理概论课程中的开发利用。

关键词：高职院校；物业管理；概论课程；微技能；训练

一、当前高职院校物业管理概论课程的现状分析

（一）大多数学生对物业管理专业的认知不够

根据相关的调查研究我们可以看出，有接近90%的学生在正式进入院校进行物业管理专业学习前，对这一专业的主要内容和未来就业方向有非常粗浅的了解，5%的学生对这一专业基本一无所知，剩余5%的学生对这一专业理解和掌握得十分透彻，这一部分学生大多是通过身边的亲戚和朋友介绍而知道的，对物业管理的主要内容和发展趋势有一定的分析和领悟能力，大多数学生对此专业知之甚少。

（二）理论知识已经无法满足学生的技能需求

高职院校中物业管理专业的主要课程内容包括基本概念、相关理论、管理组织机构相关知识、分类管理内容及物业管理相关法律法规等。在实际教学过程中，大约50%的学生认为物业管理课程的理论性一般，40%的学生认为理论性太强，超过96%的学生想开展一些实践教学活动，通过课程学到更多的物业管理技能。

（三）学生的学习积极性强，能够主动探究

在对学生的实际教学需求进行研究分析时，我们可以明显看出，有72%左右的学生希望教师能够将教学中的重难点进行详细讲解，对于一些简单的知识点则可以进行自学。大约30%左右的学生认为教师应该将所有的知识点进行讲解，没有任何学生可以将所有的内容通过自学进行掌握。基于此，部分院

校对学生的自学意愿进行调查研究，超过45%的学生就算没有教师的监督也会认真学习，30%的学生会在教师的检查指导下进行自学，大概20%的学生在期末考核前会自主学习，只有5%的学生表示不会自学。由此我们可以看出，大多数学生对于物业管理专业内容的学习积极性都很强，并且在学习时能够主动探究，具备一定的自学意识和自学能力，但是仍有部分学生需要教师的监督和检查才能形成良好的学习习惯。

二、高职院校物业管理概论课程中使用微技能训练的重要性

（一）满足课程的实际需求

微技能的开发利用主要是基于实践教学中出现微小问题所进行的，因此，教师在开展物业管理课程教学时，可以立足于自身课程的实际情况和教学目标，对课堂教学中存在的问题进行分析，主要对语言交际进行运用。根据实际情况可以看出，大多数物业管理的学生在毕业后都是从事物业管理公司前台行政等工作，这类岗位对于学生的语言交际能力都有着较高的要求。

（二）不断提高学生的物业管理技能

在实践教学过程中，教师可以充分运用为技能训练模式，通过对现代信息技术的利用，建立起完善的信息平台，在平台中推送与物业管理内容相关的知识和技能，学生则可以通过平台中的资源对自己感兴趣的内容进行自主学习，结合自身需求进行课前预习。教师在课堂教学中进行重难点的详细讲解，根据教学目标和教学任务进行微技能的训练，在课后学生也可通过微技能训练不断巩固知识，在信息平台中进行技能演示，从而将微技能训练贯穿教学的各个环节。

三、微技能训练在高职物业管理概论课程中的开发利用

（一）物业管理技能训练项目微小化

教师在开展课堂教学之前可以对相关的教学资料和内容进行整合分析，对教材中的相关知识内容进行筛选，提炼出其中的物业管理技能点。教师可以对当前就业岗位的工作内容和岗位技能需求进行研究，通过实践锻炼和相关人员的引导和帮助，将物业管理中的技能点进行概括，使其成为多个微技能，并且将所有的为技能进行整合，编写出相关的训练手册。例如，教师在讲解物业管理中企业服务的‘权利和义务相关内容时，可以根据国家相关法律法规和政策制度向学生提问：何时应当向业主计算物业服务费用？通过这样的方式进行技能难点的训练，正确引导学生自主翻阅相关资料，并且深入企业中进行调查研究得出问题的正确答案。

（二）创新微技能训练方式

（1）创设课堂微技能训练教学情景。在课堂实践教学过程中，教师可以创设课堂微技能训练教学情境，使学生能够在较为真实的环境中进行知识内容的学习，充分调动学生的积极性，激发学生的学习兴趣，使得学生明确教学目标和教学任务，从而形成足够的学习动机，将物业管理相关知识点进行串联和互动。

（2）生动形象地展示微技能。在实践教学过程中，教师可以通过视频演示或是现场示范的方式对学生进行正确的引导和帮助，向学生展示正确的微技能运用方式方法，同时通过对教学资源的有效使用，使学生能够更加直观、生动形象地感受到物业管理教学的技能，同时引导学生利用自己的感官系统感受周边的事物，从而更好地理解 and 掌握相关的知识点和技能，深入理解微技能，在脑海中形成概念，做到学以致用。通过生动形象的微技能展示可以在一定程度上激发学生的好奇心，使学生主动积极参与到课堂教学过程中，活跃了课堂教学氛围。

（3）将微技能进行重复训练。对于课堂教学中所讲解的相关微技能，教师应当根据学生的实际情况组织开展小组合作，

采用角色扮演的方式对微技能进行重复的训练，教师和其他学生在这个过程中要及时观察分析，找出学生演示过程中存在的不足，语言表达是否正确，行为举止是否得体等，这样才能不断提高学生的物业管理技能。综上所述，高职院校教师应当将物业管理技能训练项目微小化，创新微技能训练方式。

参考文献：

[1]蒋文俊. 云南高职《物业管理概论》课程教学改革探索[j]. 现代职业教育,20xx(13).

[2]李晶,皮微云. 物业行业转型升级时期的高职院校物业管理专业人才培养思考[j].现代物业(中旬刊),20xx(5).

物业管理论文参考文献篇七

摘要：我国物业管理经过30多年的发展，物业管理市场日渐成熟，物业管理法规更加完善，逐步走向规范化、合理化、制度化、理性化，已经取得了相当不错的规模和成绩。一些不可忽视的问题也逐渐浮出水面，这些问题不但困扰了业主，也令物业管理行业发展遇到了瓶颈。为了解决物业管理中存在的问题，我们加强立法，提高物业管理资质等级，加大宣传和物业管理力度、加大与政府职能部门之间的协调关系，制定详细、行之有效的管理制度与措施，及时解决问题与矛盾，从而对物业管理发展起到重要而深远的影响。

关键词：物业管理；解决对策

一、物业管理发展存在问题

1. 效益差，生存难。物业管理是风险小、利润低的行业，物业公司受经营范围和场地等原因限制，目前只能因地制宜开展可行性经营。随着市场经济影响，之前制定的物业收费标

准低于物业公司运作成本，增加了物业管理企业的经济承受压力，业主要求物业公司在原有基础上不断提升和改进服务质量与水平，因此相关费用逐步增加，导致物业管理企业严重亏损，直接影响物业管理企业的正常运行，同时也是影响物业管理企业持续健康发展的难点问题。

2. 违章建筑、私搭乱建现象严重。小区私搭乱建侵害小区公共利益是一个普遍的社会问题，个别业主在住进小区后在公共绿地上进行种植、私扩小院、私占公共空间，严重破坏了公共设施，严重侵犯了广大业主的合法权益，业主利益得不到正当维护。截至目前，没有一部完善的法律来制止这种违法行为，此类问题引起的纠纷不断增加，调节难度较大。引起此类问题的主因是：邻居不愿管、物业不敢管、建委无权管、城管不好管，导致业主对其置之不理，违规现象时有发生，屡禁不止。

3. 维修保养能力较弱。小区和写字楼一旦出现故障性事故，急需维修，业主第一时间反映物业公司报修，但物业管理公司受专业技术限制，往往不能及时维修，如：电梯损坏、消防故障、供水、供暖管网泄漏等技术含量较高的维修工作，因物业公司不具备这方面的专业技术操作知识，如有这方面报修，物业公司只能借助和申请专业维保公司和相关有资质的施工队伍进行维修，这显然不符合专业物业管理规范。

4. 物业管理经费不足。物业管理可经营性项目较少，相对经营性收入较少，物业管理主要靠收取物业费为主要经济来源，不少住户往往不能完全理解物业费缴纳是住户应尽义务，甚至把物业管理理解为无偿服务或低偿服务，以各种理由拒缴相关费用，给物业管理工作带来难度和压力，因此加大力度宣传住户有偿服务意识和消费原则，提升物业服务水平，促进物业与业主之间顺畅沟通，广泛听取业主心声和意愿，关系的良性化发展有助于物业费收取，使物业公司利益得到最大化。

5. 物业与业主之间矛盾日渐激化。随着广大业主维权意识不断增强，业主对物业管理企业提出了更高的要求，物业管理企业生存空间和压力不断增加，其实物业与业主就是“鱼和水”的关系，需要相互理解、相互支持。有些业主认为已交相关物业费，理所当然物业公司就要提供全方位无偿或低偿服务，以此满足部分业主的私欲，否则业主就以各种理由不交物业费，将所有问题指向物业公司，问题得不到及时解决，因此产生恶性循环，相互之间产生隔阂与矛盾，形成对立面，使简单问题复杂化。

6. 从业人员素质较低。目前，物业行业出现了低学历化倾向，高学历年轻人不愿从事物业管理工作，又累又受气；而低学历又干不好。造成这种现象主要两个方面原因，一是工资福利跟不上。过去物业管理是新兴事物，市场竞争力小，相对其他行业工资待遇较高。随着市场行业体制发生变革，物业行业工资福利远低于其他行业，物业管理企业市场不再有优势。二是录用从业人员门槛较低。人们想象中的物业公司就是打扫卫生、接听电话、小区巡逻等简单的日常工作，没有什么技术含量，不需要其他硬性条件要求，只要有一定的工作经历就可以胜任，人员素质与水平参差不齐，大大降低了从业人员标准和要求。

7. 建设遗留问题。由于建设施工单位在建筑房屋时，存在抢工期、赶任务等原因，产生部分房屋裂缝、供水管网破裂、墙体渗水等问题。随着业主入住率不断增加，问题逐渐显现，业主投诉较多、意见较大，有问题找物业天经地义，物业公司对问题无法解决，或者维修费用较高，物业无力承担，问题久拖不解，物业不作为，业主将不满情绪对准物业，增加了物业公司工作难度和压力。如何解决遗留问题是当今物业管理企业面临的难点，也是今后工作的'重点。

二、物业管理行业发展对策

从物业管理行业整体发展趋势来看，解决问题主要应从以下

几个方面着手：

1. 完善物业法律法规，加强宣传力度。由于我国小区数量的不断增加，我国政府应该加强对物业管理的改善，完善相关的法律法规，做到有法可依，不仅业主的利益可依法维护，也提高了物业管理的规范，双方利益最大化。政府要加强对物业管理的宣传与支持，使更多的人了解物业管理，能享受到物业管理服务企业的服务。使业主和物业管理企业能够和谐相处，提升城市的整体水平。

2. 改善物业环境，杜绝私搭乱建。物业管理的是一个集体大环境，不能因为个别的人破坏整体的环境。物业管理企业在满足业主的要求时，也应该有明确的规定，对于私搭乱建而不改正的个别案列，物业管理企业就应该根据相关的法律法规去约束他们，而不是使用极端的手段，迫使业主听自己的。物业管理企业要做到有理有据，使业主明白物业这个大环境是大家的，而不是属于个人的。

3. 加大人才培养与储备。针对物业管理企业发展现状，人才的培养与储备是企业生存与发展的立足之本，否则公司发展受限，难以扩大发展规模，影响团队成长，因此加大人才培养，提供人才发展空间，使其发挥所学之长，补其之短，以点带面提升人才整体水平，把留用和培养人才也作为企业发展的重要战略来抓，促进该行业人才建设层次的整体提升。

4. 应从多方面着手，改善经费不足状况。

(1) 目前社会是一个以科技创新促发展的时代，高科技新型事物不断出现。科技创新的合理运用能减少人员成本，提高物业管理的服务质量。

(2) 物业公司可利用小区优势与一些网络电商、产品供应商展开合作，提高多种经营收入，达到利益最大化。

(3) 通过宣传和媒体公关，努力展示公司形象，宣传企业核心价值观，树立自身企业口碑与品牌，从而不断降低自身运营成本，获得较好的经济利润。

5. 完善物业管理服务观念。物业管理人员要熟练掌握物业管理基本法律法规，不断提升专业技术知识，提高物业管理服务水平。要从物业自身找问题、查原因、堵漏洞，完善物业公司管理机制，增强员工的服务意识，拉近与业主之间的距离，取得相互信任和理解。物业和业主不是相互对立的，而是合作关系，物业在付出服务的同时收获业主的肯定和物业费用的收入，业主收获服务的同时获得了较好的生活质量，各取所需，共筑和谐美好家园。

6. 提升从业人员的专业素质。物业企业应多学习外地市物业行业先进的经验和办法，可以外派人员到沿海发达地区进行学习培训。这也是提高物业管理企业员工素质的一个重要途径。积极吸纳高学历、高素质人才。物业服务是微利行业，工资福利待遇水平决定了其难以留住高学历、高素质人才，物业企业要优化人才队伍，一是送出去，二是请进来。送出去就是送单位年青的骨干力量出去进修学习，员工进修学习完毕后，再派其他员工去学习，展开周期循环，提高人才整体素质。请进来就是聘请物业专业人员进行专业和综合技能短期培训，建立奖励机制，从而调动员工的学习积极性，提高员工的整体素质。

7. 物业管理企业加强完善承接查验管理制度，严把承接验收质量关，从源头杜绝问题蔓延，对所查验的公共部位及公共区域设施设备建立查验台账，对问题划分分清权责、利于追责，避免遗留问题再留给物业公司，增加物业公司解决问题的难度，引发业主因此遗留问题与物业公司产生矛盾。

三、总结

总之，物业管理要以改善群众居住条件、促进社会经济发展为中心，不断增强自身的主观能动性，积极发挥自身的优势，

建立健全物业管理体制，以培育市场、规范市场为重点，加快立法步伐，加强监督指导，不断提高服务质量，树立良好企业形象，推进物业管理行业的健康发展。

参考文献：

[1]古海山. 物业管理行业发展现状与对策研究[j]《建材与装饰》，（44）.

[2]姚学清. 狮港物业管理发展对策研究[d]《成都：西南石油学院》，.

物业管理论文参考文献篇八

1、业主的责任意识。小区内的共有共用财产，是全体业主的财产，每位业主对其共有财产，都应负起管理、爱护、监督的责任，特别是对设备设施负起维护，养护的责任。

2、业主的投资意识。要使物业延长寿命，就必须投资，而业主的投资就是通过交纳物业管理服务费的行为在进行，物管费一方面消费在保洁，绿化等服务中，更多的是投资在设备设施的养护当中，从而实现物业的保值增值。

3、物管的企业经营意识。物业管理公司要清楚自己的身份，明确自己的地位，是以服务换取报酬的企业，而不是“管家”、“主人”，不是所谓的“管理者”。企业，就要以企业的姿态出现，树立企业的意识，才能赢得企业的长足发展。任何企业要获益，都要善于经营，经营企业，经营产品，经营品牌服务型企业也是如此，节流是经营，开源也是经营，把握、运用自身的各种资源也是经营，把物业管理真正当作独立企业来经营是物业管理企业亟需树立的定位意识。

4、双方的道德意识。物业管理为业主服务需要有职业道德，业主享受服务也要有基本的公民道德。以“德”为本，

是为人之道，也是企业发展的必需。企业要以诚信为业主服务，业主则需要正确地接受服务。当服务与被服务的关系都建立在一个“信”字的基础上时，一些物业管理人员监守自盗、缺乏职业道德，一些业主无理取闹，鸡蛋里挑骨头故意与物管作对等等不道德的行为将不再发生。

5、双方的法律意识。物业管理发展到现在，行业法律框架已基本构成，特别是国家统一制定的业主公约、委托合同、前期服务协议等规范性文件，详细地规定了物业管理与业主的权利和义务，各地先后出台的物业管理条例等相关法规，基本可以满足物业管理行业的服务需求，既然不是无法可依，就需要我们做到有法必依，树立法律意识，拿起法律武器。

6、双方的合同意识。合同是服务与被服务双方真实意思的体现，一经签订便具有法律效力，对任何一方都有同等的约束力。业主的权利义务与物业公司的权利义务都明载于合同的条款中，合同是双方行为的准则，因此加强合同意识，订立合同，信守合同，是解决纠纷的根本之举。

7、公用事业的市场意识：水电气暖等公用事业部门，计划经济以来就习惯了由终端用户无偿代其收取费用。在市场经济的今天，这种现状仍然没有得到彻底改观，进而为物管双方都造成了许多本可以避免的纠纷和伤害。顺应经济规律，才能得到发展，因此需要加入市场大潮的参与各方都树立起市场意识，包括目前的垄断行业，以免受到规律的惩罚。

《物业管理条例》的出台，标志着国家以立法的方式确定了物业管理行业的社会地位，同时保障了物业管理行业在法制化的轨道上健康发展。过去无法可依的局面将不复存在。因此，有法律相伴，今后的物业管理之路会越走越宽。有人说，物业管理者是我们这个时代的真正的英雄，因为他们正在改变人们的生活方式和生活观念。所以我相信，在法制日益健全的今天，物业管理的前景会愈发灿烂，愈加辉煌。