

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

Особенности сервиса на предприятиях бытового обслуживания

(на примере «Smart Service», г. Саратов)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Галстян Владислава Сасуновича

Научный руководитель:

доцент кафедры туризма

и культурного наследия,

к.с.н.

М.С. Отнюкова

Заведующий кафедрой туризма

и культурного наследия,

д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2021

Введение. Актуальность изучения темы бакалаврской работы – особенности организации деятельности предприятий бытового обслуживания населения в России обусловлена рядом факторов. В современных условиях вопросы совершенствования организации и управления сферой бытового обслуживания приобретает огромное социально-экономическое значение. В значительной мере от верного решения данной проблемы зависят направления последующего развития сферы услуг, решение задач максимального полного удовлетворения возросшего платежеспособного спроса населения на разнообразные услуги, повышение качества жизни населения.

В настоящее время социально-экономический потенциал общества дает возможность направлять в сферу обслуживания населения все больше материальных и финансовых ресурсов, сфера обслуживания при этом становится сильнейшим фактором ускорения регионального экономического развития, представляя собой серьезную основу оптимального размещения и повышения эффективности общественного производства. Качество, предоставляемых населению бытовых услуг, их финансовая и территориальная доступность, разнообразие ассортимента служат значимыми факторами стабильности общественных отношений, положительной динамики их развития.

В течение последних десятилетий сфера бытовых услуг занимает довольно прочные позиции в процессе воспроизводства ВВП в нашей стране. Ученые-аналитики, авторы специальной научной литературы, посвященной изучению организации деятельности предприятий бытового обслуживания населения, отмечают, что в последние годы спрос на бытовые услуги увеличился примерно на 30%¹. Ежегодно расширяется рынок бытовых услуг, что определяется постоянным ростом потребности в новых услугах у населения. Сфера бытовых услуг создает прочную основу для создания рабочих

¹ Белова З.Г., Корягина Т.И., Малей Н.М. Методы планирования бытового обслуживания населения. - М.: Вагриус, 2020. - С. 35.

мест, решения вопросов трудоустройства и занятости населения, обеспечивает постоянное поступление доходов в бюджет, также служит одним из перспективных направлений развития бизнеса. Постоянно возрастающая роль сферы бытовых услуг в создании условий для повышения качества жизни населения определяет интерес ученых, специалистов, исследователей к данной сфере нематериального воспроизводства.

В изучаемых нами литературных источниках, посвященных изучению проблем организации деятельности предприятий бытового обслуживания населения, отмечается, что в данной сфере существует и ряд проблем, мешающих ее развитию. Ведущими проблемами, которые негативно влияют на развитие бытового обслуживания населения, являются следующие:

- неполная загруженность мощностей, необходимость внедрения в деятельность предприятий бытового обслуживания современного оборудования и передовых технологий;
- высокие тарифы на оплату тепловой и электрической энергии;
- значительная нехватка собственных оборотных средств;
- имеющиеся трудности в получении кредитов на развитие предприятий сферы бытовых услуг;
- недостаточность маркетинговых исследований рынка услуг;
- потребность в квалифицированных специалистах, и ряд других.

Ограничивает деятельность предприятий бытового обслуживания населения также конфликт интересов главных акторов потребительского рынка. Инвесторы, вкладывающие свои средства в деятельность предприятий бытового обслуживания, и предприниматели, нацелены на получение значительного дохода в максимально сжатые сроки, что не всегда оказывает положительное влияние на организацию деятельности предприятия бытовых услуг и качество его работы.

Теоретические основания работы. Вопросы теории и практики организации и регулирования деятельности предприятий бытового

обслуживания детально изучены и представлены в работах таких известных российских ученых, как Абрамов М.А., Аброскин А., Аванесова Г.А., Баринов В.Т., Белковский А.Н., Бородкин Ф.М., Ворачек Х., Демидова Л., Ядгаров Я.С. и др.

Авторы научных трудов изучали актуальное состояние и основные направления развития рынка сферы бытовых услуг, анализировали проблемы организации деятельности предприятий бытового обслуживания населения, высокой уровень конкуренции между ними, при низкой конкурентоспособности предприятий сферы услуг, проблемы замены устаревшего оборудования и технологий, ограничивающих возможности деятельности, ряд других значимых вопросов и проблем развития отрасли. Изучение и анализ научных трудов, рассматривающих особенности организации деятельности предприятий бытового обслуживания и имеющиеся в отрасли проблемы, свидетельствует, что следует принимать во внимание не только состояние рынка при анализе проблемы, но и учитывать специфику его развития в современных условиях.

Цель бакалаврской работы – изучение особенностей сервиса на предприятиях бытового обслуживания и разработка рекомендаций по усовершенствованию системы обслуживания, на примере «Smart Service» г. Саратов.

На основе поставленной цели выделены следующие **задачи**:

- рассмотреть теоретические аспекты сервиса на предприятиях бытового обслуживания;
- изучить специфику бытового обслуживания в России;
- рассмотреть методы и критерии оценки качества сервисного обслуживания;
- провести исследование особенностей бытового обслуживания на предприятии «Smart Service»;
- дать общую характеристику предприятию «Smart Service»;

- проанализировать процесс обслуживания на предприятии «Smart Service»;

- разработать рекомендации по построению системы обслуживания на предприятии «Smart Service».

Объект бакалаврской работы – деятельность предприятия бытового обслуживания «Smart Service» г. Саратов.

Предмет бакалаврской работы – процесс обслуживания на предприятии «Smart Service».

Эмпирическая база бакалаврской работы включает в себя следующие методы:

- исследование организации «Smart Service»;

- экспертное интервью с директором «Smart Service»;

- опрос сотрудников предприятия «Smart Service» (опрошено 15 человек);

- анкетирование клиентов «Smart Service» (опрошено 50 человек).

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по усовершенствованию системы обслуживания, на примере «Smart Service» г. Саратов.

Структура работы. Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Основное содержание выпускной квалификационной работы бакалавра. Современный этап развития российского общества характеризуется значительными изменениями в социально-экономической сфере, которые определяют переустройство и изменение быта, развитие новых бытовых отношений граждан нашей страны. Развитие социально-экономических отношений в стране и регионах, изменение их характера диктуют необходимость улучшения качественных сторон сферы бытовых услуг, оптимизации и совершенствования деятельности предприятий бытового обслуживания².

Развитие сферы бытового обслуживания населения в России существенным образом оказывает влияние на возможность полного, гармоничного и всестороннего становления и формирования личности, воздействует на переустройство и «облагораживание» быта, экономию труда, рациональное использование увеличивающегося свободного времени, развития культурных запросов, предпочтений, вкусов и эстетических потребностей населения, приводит к росту благосостояния населения, привлечению в общественное производство дополнительных трудовых ресурсов, прежде занятых низко производительным трудом в домашнем хозяйстве.

² Жильцов Е.Н., Казаков В.Н. Экономика социальных отраслей сферы услуг учебное пособие. – М.: Теис, 2017. - С. 154.

Заключение. Итак, проведенный анализ особенностей организации деятельности предприятия бытового обслуживания населения позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате выполненного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что Российский рынок бытового обслуживания очень своеобразен и имеет значительные отличия от европейского рынка. В частности, в России владельцами предприятий сферы быта являются: трудовые коллективы – 63%, юридические лица – 23% и физические лица – 13%. В России развитие малого бизнеса в сфере бытовых услуг приводит к росту адаптивности и гибкости экономики, формированию среднего класса работников, смягчению проявлений безработицы, росту числа предприятий малого и среднего предпринимательства, что влияет на формирование валового регионального продукта. Специфичной особенностью российского рынка бытового обслуживания является диверсификация профильных предприятий, что определяется необходимостью выживания в сложных современных экономических условиях России.

Специфика организации бытового обслуживания населения в России заключается в том, что предприятия часто сталкиваются с огромным числом проблем, которые характерны для предприятий малого и среднего бизнеса в России в целом. Основными из этих трудностей являются:

- проблемы в привлечении инвестиций и получении кредитных ресурсов;
- отсутствие производственных площадей, способных отвечать требованиям и санитарным нормам для предприятий бытового обслуживания;
- недостаток подготовленных и квалифицированных специалистов и работников для выполнения работ, особенно закройщиков, портных, сапожников и специалистов по ремонту сложной бытовой техники;
- на развитие рынка предоставления бытовых услуг населению оказывает негативное влияние отсутствие или несовершенство правового регулирования в отрасли.

Теоретический анализ показал, что общими для всех видов бытового обслуживания населения являются следующие критерии качества:

- номенклатура и количество – отражает количество отказов потребителей от уже оформленной услуги в общей сумме услуг за изучаемый период. Оценка критерия происходит при помощи сравнения относительной величины критерия у продавца со среднерыночным значением;

- качество – отражает, в какой мере услуга или товар по уровню качества соответствует требованиям стандарта либо рынка, положениям договора;

- время поставок продукции или предоставления прочих услуг согласно с нормативными или другими документами;

- цена (по времени, количеству и качеству);

- надежность организации бытового обслуживания населения.

Изучение научных литературных источников свидетельствует, что для прогнозирования интегрального показателя качества бытового обслуживания населения, сервиса потребителей товара и реализуемых услуг необходимо:

- установить список частных показателей качества сервиса;

- произвести ранжирование частных показателей;

- изучить информацию о ранге частных показателей качества сервиса ведущих конкурентов, которые предоставляют аналогичные услуги и реализуют аналогичные товары;

- определить наиболее приемлемые значения качества сервиса для планируемой услуги или товара;

- выполнить предварительную оценку качества сервиса планируемого к выпуску товара или предполагаемой услуги;

- осуществить внедрение.

Теоретический анализ показал, что система управления качеством обслуживания включает в себя ряд компонентов:

- служба подбора персонала и его обучение, то есть, кадровая служба;

- система контроля над качеством и стандартизацией процесса оказания услуг.

В настоящее время разработано и широко используется в практической деятельности большое количество способов и методов оценки качества сервиса.

Наибольшее распространение получили следующие методы:

- метод критических случаев;
- метод SERQUAL;
- метод SERVPERF;
- метод INDSERV;
- метод Кано.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований. Изучена деятельность предприятия «Smart Service». Основные виды деятельности: продажа и ремонт сотовых телефонов, планшетов, ноутбуков любой марки, других видов цифровой техники. Специализируется на сложной пайке. Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель, предприятие осуществляет свою деятельность на основе действующего законодательства и своего Устава.

Практический анализ показал, что в деятельности предприятия имеются сильные и слабые стороны.

Сильные стороны предприятия:

- высокая профессиональная подготовка руководителя;
- его деловая активность и наличие связей;
- гибкая ценовая политика;
- хорошее знание руководителем рынка.

Слабые стороны:

- большая конкуренция;
- зависимость от поставщиков;
- недостаточно развитая система информации;
- не эффективная система контроля качества;

- невысокий уровень профессиональной подготовки мастеров;
- периодические конфликты с потребителями из-за невнимательности сотрудников.

Практический анализ показал, что имеются ряд проблем в организации деятельности сервисного центра, в обслуживании клиентов. Отрицательное влияние на работу изучаемого нами предприятия оказывает наличие большого количества конкурентов с гибкой ценовой политикой, сегментацией рынка, жесткими методами конкурентной борьбы.

Изучение практических сторон деятельности предприятия свидетельствует, что отрицательную роль играет чрезмерно директивный стиль руководства предприятием со стороны руководителя, низкая зарплата сотрудников, слабо развитая система мотивации и стимулирования, что влияет на качество работы сотрудников. Не развита система управления качеством продукции и услуг. Имеются финансовые проблемы. Недостаточно высокий профессиональный уровень мастеров и текучесть кадров приводит к невысоким показателям обслуживания, к жалобам. В последний год отмечаются перебои в поставках комплектующих изделий и запасных частей, что обусловлено пандемией. Оказывает влияние на деятельность предприятия и снижение покупательской способности населения.

Далее нами предложены ряд мероприятий по совершенствованию обслуживания на предприятии «Smart Service» посредством внедрения системы управления качеством и автоматизации. Предложено внедрить в деятельность сервисного центра систему управления качеством обслуживания. Система управления качеством обслуживания сервисного центра должна базироваться на положениях ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества, который включает в себя основные положения и словарь. Данный стандарт аналогичен международному стандарту ИСО 9000:2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».

Внедрение системы менеджмента качества состоит из ряда этапов: экспертиза имеющейся системы управления, проектирование системы менеджмента качества, внедрение системы менеджмента качества, подготовка к сертификации и постоянное улучшение качества.

Для внедрения в деятельность системы качества следует назначить специалиста по работе с персоналом, так как отдельная кадровая служба на сервисном предприятии не создана. В настоящее время кадровыми вопросами занимается руководитель. Вновь назначенный специалист по кадровой работе должен в течение 3-5 месяцев решить вопрос с повышением квалификации мастеров и другого персонала. В течение 3 – 5 месяцев должны быть разработаны стандарты обслуживания, которые должны служить отражением запросов и потребностей клиентов. В изучаемом нами предприятии процесс обучения персонала следует систематизировать, так как проводимое обучение хаотично и малоэффективно. Оценка эффективности проведенного обучения и его влияния на повышение уровня производительности организации в целом также не проводится.

Пути совершенствования системы обучения персонала на предприятии:

- обучение новых сотрудников без опыта или с минимальным опытом работы предлагается проводить по методике наставничества непосредственно в организации. Применение этого метода наиболее оправдано для нанимаемых работников в связи с низкими временными так и денежными затратами на обучение, что наиболее актуально в условиях динамичного развития организации;

- конечная цель обучения по модели наставничества - это создание эффективного сотрудника, соответствующего требованиям данной организации, её запросам и целям;

- предприятию необходимо использовать не только форму наставничества, но и принимать во внимание такие формы как лекции, семинары;

- необходимо использовать такие формы обучения персонала как деловые игры внутри организации или вне ее (в сторонних организациях) или практические занятия (кейсы), что особенно актуально среди управляющего звена;

- следует обратить внимание на производственный персонал, который постоянно сталкивается с необходимостью совершенствовать свои навыки и знания, так как рынок автомобилей и новые тенденции обслуживания постоянно изменяются, как и вкусы потребителей и появляющиеся тренды этой отрасли;

- руководящему составу необходимо создать условия, при которых полученные данные за период обучения могли бы воплотиться в жизнь и использоваться для продуктивного развития организации и соответствия новым веяниям производственной деятельности.

То есть, для совершенствования деятельности предприятия следует предпринять значительные усилия, внедрять ряд мероприятий по различным направлениям.