

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Инновации на предприятиях бытового обслуживания населения  
в условиях конкуренции (на примере ателье Бакаевой)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 431 группы

направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Москалевой Ксении Александровны

Научный руководитель  
доцент, к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

С. Е. Каменева

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой  
проф., д.э.н., профессор

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

Т. В. Черевичко

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Саратов 2021

**Введение.** Изменения ситуации на рынке, поддержание конкурентоспособности, стремление удовлетворить возрастающий спрос потребителей, формирование постоянной клиентской базы и многое другое являются характерными чертами бизнеса любой отрасли, в том числе и сферы бытового обслуживания. Однако оказание бытовых услуг имеет свою специфику. Степень удовлетворенности клиента во многом зависит не только от самой услуги, но и от качества процесса обслуживания.

Важно не только привлечь клиента, оказать ему необходимую услугу; важно сделать это так, чтобы в следующий раз клиент снова обратился именно в эту фирму и порекомендовал ее своим друзьям и знакомым.

Рынок бытового обслуживания на современном этапе переходит на новый уровень. У населения наблюдается отток денежных средств, соответственно снижается покупательская способность, а за ней возможность приобрести новую технику или одежду. Вместо того, чтобы купить новую вещь, выгоднее починить старую. В этих условиях остро стоит вопрос с выживанием предприятий сферы бытового обслуживания, так как на рынке бытовых услуг отмечается высокая конкуренция. Становится важным поиск новых конкурентных преимуществ. Инновации могут стать одним из таких преимуществ. За счет инноваций, организации бытовой сферы могут производить конкурентоспособные услуги, а благодаря инновационной активности - повышать уровень собственной конкурентоспособности.

Многие экономисты отмечают, что наиболее важным влиянием инноваций на конкурентоспособность услуг является повышение длительности удержания конкурентных преимуществ. Степень устойчивости конкурентных преимуществ обуславливается возможностями постоянного совершенствования и расширения конкурентных преимуществ и их источниками. Чем необычнее инновации, чем труднее их скопировать, тем дольше они будут влиять на бизнес, и повышать уровень конкурентоспособности предприятия.

Оказавших в сложных условиях функционирования предприятий бытового обслуживания, последние стремятся выделиться на фоне остальных конкурентов и в этом им могут помочь инновации.

Актуальность изучения инноваций в сфере бытового обслуживания связана с растущей конкуренцией и инновации могут выступать конкурентным преимуществом.

Объектом исследования является деятельность предприятия сферы бытового обслуживания Швейного ателье Бакаевой И.С.

Предметом исследования стали инновации бытового обслуживания Швейного ателье Бакаевой И.С.

Целью бакалаврской работы стало изучение инновации в сфере бытового обслуживания населения в условиях конкуренции на примере предприятий бытового обслуживания в условиях конкуренции.

В задачи исследования вошли:

- изучить формирование, современное состояние и развитие бытового обслуживания населения в условиях конкуренции;
- исследовать качество организации бытового обслуживания как основной фактор конкурентоспособности предприятий сферы сервиса;
- инновации бытового обслуживания как конкурентное преимущество;
- изучить структуру рынка бытовых услуг г. Саратова и динамику его развития;
- изучить деятельность Швейного ателье Бакаевой И.С. ;
- исследовать организацию бытового обслуживания на предприятиях сферы сервиса на примере Швейного ателье Бакаевой И.С.;
- представить общие рекомендации по улучшению обслуживания в швейном ателье Бакаевой И.С. ;
- разработать структуру сайта для Швейного ателье Бакаевой И.С

Основными источниками информации для бакалаврской работы явились: нормативно-правовые акты; труды выдающихся деятелей, таких как Копнов

В.А., Елохов А.М., Разумов, В.А. и др.; статьи в электронных журналах; источники сети Интернет.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка использованных источников, приложений, и выполнена на 54 страницах. Работа включает 2 таблицы, 9 рисунков и 2 приложений.

***Основное содержание работы.*** В ходе практики изучены следующие вопросы:

В первой главе «Теоретические основы исследования инноваций на предприятиях бытового обслуживания в условиях конкуренции» рассматриваются формирование, современное состояние и развитие, качество и инновации бытового обслуживания в условиях конкуренции.

Развитие отечественной сферы бытового обслуживания обуславливалось спецификой географии, климатического фактора, менталитета русского человека. Суровые климатические условия и масштабность территории побуждали население строить добротное прочное жилье, шить теплую одежду и обувь, готовить калорийную пищу. При этом следует отметить особую трудоемкость процессов строительства жилья и дорог, а также большие затраты на производство, хранение и доставку товаров. Рыночные отношения тормозились из-за неблагоприятных климатических и географических условий. Что также не способствовало устойчивому развитию экономической деятельности. Постепенно запросы потребителей стали расти, но сама индустрия оставалась сильно загруженной с устаревшим оборудованием и не могла удовлетворить потребности клиентов. За годы советской власти на территории России сфера бытового обслуживания устойчиво развивалась, добилась успехов в реализации многочисленных бытовых услуг, пользуясь при этом все большей популярностью у населения. В последние годы российский рынок обслуживания населения достаточно успешно развивается, но нужно продолжать делать шаги в направлении усовершенствования этой системы.

В декабре 2019 года в Китае была зафиксирована вспышка новой коронавирусной инфекции, которая обернулась пандемией для всего

человечества. Пострадали буквально все сферы хозяйствования. Сфера бытового обслуживания населения оказалась в числе отраслей более всего пострадавших от пандемии. Компаниям приходилось закрываться, открываться под строгим контролем соблюдения противовирусных мер. Доходы населения резко упали. Сфера бытового обслуживания прошла длительный путь развития и на современном этапе достигла своего высокого уровня развития. Мы можем наблюдать, как активно развивается эта сфера, уходит в интерактив, развивается в Интернете. Среди перспектив развития бытового обслуживания можно отметить персонализацию, выход в Интернет.

На рынке бытовых услуг находится большое количество игроков: исполнителей услуг и заказчиков. Российскому региональному рынку бытовых услуг присуща высокая конкуренция. Отсюда у предприятий возникает необходимость в поиске своих конкурентных преимуществ и активном продвижении их на рынок.

Клиентам необходимы такие бытовые услуги, которые удовлетворяли бы их потребности и ожидания. Существуют технические условия предоставления бытовых услуг и потребности и ожидания потребителей отражаются в них. Организация сама может установить эти требования к своим услугам и уровню их качества. Это можно сделать на основании результатов исследований потребителей и определения необходимого набора характеристик бытовых услуг. То есть компания проводит опрос с целью определить, какая услуга необходима клиенту, в каком качестве и количестве. В этом смысле помогает система менеджмента качества.

Система менеджмента качества является очень важным элементом управления предприятием сферы услуг. Данная система позволяет удерживать клиентов, а как мы знаем, удержание клиента обходится компании дешевле, чем привлечение нового. Так или иначе, клиент является ключевой фигурой в бизнесе, так как потеря клиентов вследствие отсутствия должного сервиса повлечет за собой сильное снижение объемов прибыли организаций.

Современный рынок услуг характеризует высокий уровень конкуренции. Этим продиктована необходимость внедрения инноваций. Новые разработки позволяют бизнесу в сфере услуг выделяться среди конкурентов, быстрее находить своих приверженцев-потребителей и повышать свою конкурентоспособность. Чем объемней и эффективней внедряются технологии, тем больше шансов выиграть у конкурента.

Во второй главе «Исследование предприятий бытового обслуживания на примере швейного ателье Бакаевой И.С.» анализируется рынок бытовых услуг г.Саратова , проводится характеристика швейного ателье Бакаевой И.С. и на его примере проводится исследование организаций бытового обслуживания на предприятия сферы сервиса .

Саратовская область до сих пор остается в «долговой яме». И сейчас основным риском является увеличение расходной части бюджета при неизменной доходной части, и как следствие рост дефицита бюджета. Бюджетные средства будут расходоваться на переселение граждан из аварийного жилья, введение в эксплуатацию объектов социально-культурной сферы и содержание этих объектов. Серьезный риск развитию региона несут в себе инфляционные процессы. Сохранение негативных демографических тенденций, которые приводят к повышению доли пенсионеров и снижению доли трудоспособного населения. Активное замещение местной рабочей силы мигрантами из стран СНГ, что оказывает негативное влияние на качество трудовых ресурсов. Отток квалифицированных кадров и молодого населения в поисках работы и более высокого уровня жизни.

Второе место в объеме бытовых услуг занимает ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий. Другими словами, в Саратовской области популярны услуги ателье. Рынок бытовых услуг в Саратовской области медленно развивается. Люди все чаще обращаются за помощью в ремонте бытовой техники, одежды или обуви. Несмотря на негативные тенденции в региональной экономике мы можем

наблюдать устойчивый рост сегмента ремонта и пошива одежды. Швейное ателье Бакаевой И.С. Предприятие находится в Доме Быта по адресу Большая Садовая, 141307а офис; 3 этаж. Предприятие расположено на границе спального района и промышленной зоны. Последний фактор снижает стоимость аренды помещения, но негативно влияет на поток клиентов. Близость спального района, наоборот, положительно сказывается на трафике. Рассматриваемое нами ателье относится к малым предприятиям, занимающееся пошивом по индивидуальным заказам, в связи с этим возникает ряд технологических особенностей, ограничивающих выбор оборудования.

Использование высококвалифицированных специалистов, достижений научно-технического прогресса, внедрение новых видов услуг и прогрессивных форм обслуживания, своевременное решение организационно-управленческих вопросов позволяют «Швейному ателье Бакаевой И.С.» занимать устойчивое положение на рынке и стабильно развиваться. Данное ателье обладает большим потенциалом и способно повысить эффективность своей работы и занять достойное место в современной экономике нашей страны.

Зимой 2021 года было проведено анкетирование клиентов предприятия бытового обслуживания «Швейного ателье Бакаевой И.С.». В исследовании было опрошено 40 клиентов. По результатам проведенного опроса мы можем сделать вывод о том, что ателье имеет своих приверженцев – постоянных клиентов. Клиенты видят в данном ателье креативную мастерскую с дизайнерскими решениями. Швейное ателье Бакаевой И.С. предоставляет качественные услуги и клиент осознает и ценит это. Для данного ателье более актуальны услуги пошива одежды, а также ее ремонта. С другой стороны, как показывает практика, ателье не рекламирует свои дополнительные услуги. Клиенты просто не знают о том, что ателье может помочь им с декорированием одежды или подбором и изготовлением аксессуаров.

В заключительной главе «Рекомендации по улучшению обслуживания в швейном ателье Бакаевой И.С.» на основе полученных результатов исследования предлагаются рекомендации по улучшению организации

бытового обслуживания, и разрабатывается сайт с приведением расчетов для швейного ателье Бакаевой И.С.

. Большинство клиентов заинтересовано в такой услуге как выезд ателье на дом. Также 80% опрошенных ратуют за введение доставки готового изделия.

1. Наиболее существенными для Швейного ателье Бакаевой И.С. являются улучшающие инновации, обеспечивающие индивидуализацию услуг и обслуживания. Для их полномасштабной реализации необходимы организационные инновации, которые характеризуются непосредственным влиянием на сферу услуг в швейной индустрии. Наибольшее значение имеют улучшающие инновации, связанные с индивидуализацией.

Индивидуализация стандартизированных продуктов может идти по двум направлениям.

А. Разработка продуктов, которые могут быть легко индивидуализированы; в этом случае продукты изначально производятся таким образом, чтобы в короткий срок можно было «собрать» изделие из различных компонентов или создать его различные модификации.

В. Индивидуализация уже выпущенных продуктов. Индивидуализация самого товара в соответствии с персональными вкусами покупателей может происходить в момент и на месте заказа или оплаты. В этом случае речь идет о продуктах, произведенных в целях их возможного изменения в рамках процесса «быстрой» индивидуализации. Как правило, в таких продуктах присутствуют элементы, которые могут легко модифицироваться, превращая стандартные заготовки в готовый индивидуализированный товар. Такими элементами могут быть различные внешние детали одежды (например, пуговицы, блески, карманы или принты с надписями); аксессуары; различные элементы изделий из кожи (ремешки или фурнитура с логотипом бренда).

Поступившая информация сохраняется в клиентской базе данных, и всякий раз, когда человек вновь обращается за услугой, сведения о его

предпочтениях автоматически используются для индивидуализации оказываемых ему услуг.

2. Для получения еще большего количества клиентов предлагается создать сайт ателье с возможностью бронирования времени примерок, заявок на обслуживание, работу курьера. Сайт поможет структурировать работу ателье, привлечь больше клиентов за счет поисковой оптимизации.

3. Также на сайте можно разместить каталог-конструктор. Работая с конструктором, клиент сможет создавать уникальные образы. Эта услуга становится все более популярной, в связи с обострением эпидемиологической ситуации в 2020 году. Все компании «переместились» в Интернет, который помогает продвигать им свои услуги. Технология конструктора носит игровой характер и будет затягивать потенциальных клиентов. При должной работе сайт будет конвертировать потенциальных клиентов в настоящих.

4. Предоставление швейной машинки. Клиент может прийти и сам подшить себе брюки, укоротить платье, пришить заплатку, пуговицы и тд. Если клиент владеет умением шить на машинке, но у него дома таковой не имеется, например оверлок. Плата за время пользования машинкой, а не за пошив.

5. Ателье может пересмотреть свой спектр услуг, и сделать акцент на тех услугах, которые могут использоваться чаще: сезонные работы, починка замков. Здесь следует стимулировать продажи во время начала сезона. Проводить акции, скидки, делать рекламу в социальных сетях.

6. Ателье следует позиционировать как креативную мастерскую, которая создает уникальные дизайнерские проекты. Для этого необходимо освоить контент-маркетинг и работать в сфере развития бренда ателье.

Сайт ателье может содержать следующие разделы:

- О нас;
- Прием заявок;

- Расчет метража ткани;
- Онлайн-примерочная;
- Дизайн одежды;
- Каталог;
- Прайс-лист;
- Отзывы.

Таким образом, нами была предложена структура сайта, которая поможет ателье активно продвигаться на рынке. Инновацией на сайте будет онлайн-примерочная и конструктор дизайна изделий. Сайт ресурсоемкое предприятие. Над ним необходимо работать: продвигать и наполнять. В первые месяцы необходимо взяться за продвижение сайта. Выстраивать долгосрочную стратегию отношений с клиентом, демонстрировать свои ценности, удивлять. При позитивном развитии ситуации, сайт будет приносить до 10 заявок в месяц. К осени, число заявок может увеличиться, в том числе и их ценник. Развитие сайта во многом зависит от SMM-менеджера.

Таким образом, мы можем сказать, что сайт окупится уже во втором месяце использования. Чтобы выйти в существенный плюс и превратить сайт в инструмент продажи, следует больше ресурсов вкладывать в его продвижение.

**Заключение.** Сфера бытового обслуживания прошла длительный путь развития и на современном этапе достигла своего высокого уровня развития. Мы можем наблюдать как активно развивается эта сфера, уходит в интерактив, развивается в Интернете. Среди перспектив развития бытового обслуживания можно отметить персонализацию, выход в Интернет. В настоящее время ситуация в российской экономике остается плачевной. Доходы населения падают, что влияет на их покупательскую способность. Именно здесь становится популярным ремонт: техники, мебели, одежды. Все также сильным конкурентным преимуществом остается клиентоориентированность предприятий сферы бытового обслуживания. Организация, использующая систему управления качеством, демонстрирует уверенность в своих возможностях и качестве предоставляемых услуг.

Для отстройки от конкурентов можно использовать инновации. Инновации - это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта. Инновационная деятельность - это новые способы организации сервисной деятельности, новые формы обслуживания, технология и ее элементы. В рамках швейных ателье инновацией можно считать новые формы обслуживания. В услугах ателье лучшей формой инновации является индивидуализация. Индивидуализация в сфере швейного бизнеса - это индивидуальный пошив с учетом всех пожеланий клиента. Индивидуализация начинается с работы со стандартизированными продуктами и может идти по двум направлениям. Первый подход связан с разработкой изделий, которые могут быть легко индивидуализированы; в этом случае продукты изначально производятся таким образом, чтобы в короткий срок можно было «собрать» изделие из различных компонентов или создать его различные вариации. Второй подход предполагает индивидуализацию уже выпущенных продуктов. Индивидуализация самого товара в соответствии с персональными вкусами покупателей может происходить в момент и на месте заказа или оплаты. В этом случае речь идет о продуктах, произведенных в целях их возможного изменения в рамках процесса «быстрой» индивидуализации. Как правило, в таких продуктах присутствуют элементы, которые могут легко модифицироваться, превращая стандартные заготовки в готовый индивидуализированный товар. Такими элементами могут быть различные внешние детали одежды.

Поступившая информация сохраняется в клиентской базе данных, и всякий раз, когда человек вновь обращается за услугой, сведения о его предпочтениях автоматически используются для индивидуализации оказываемых ему услуг.

Развитие Интернет-ресурсов, формирование баз данных в свою очередь позволяет применить новые схемы стимулирования инновационного процесса в сфере услуг.