

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НА  
ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (НА ПРИМЕРЕ ООО  
«ЭЛВИС ПРЕМИУМ»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ 551 \_\_\_\_\_ Группы  
направления подготовки \_\_\_\_\_ 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Павлухиной Алены Алексеевны

(ФИО студента)

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. Звание

подпись, дата

С. Е. Каменева

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

проф., д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. Звание

подпись, дата

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2021

**Введение.** В настоящее время торговая деятельность оказывает активное воздействие на развитие экономики, рыночные процессы в области товарного обращения, способствует увеличению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов по удовлетворению спроса потребителей на товары и услуги.

Представленная работа, безусловно, является важной как в целом для всей отрасли, так и для отдельно взятого предприятия на реальном этапе формирования экономики, а также отдельной торговли. Поэтому данная тема бакалаврской работы весьма актуальна.

Цель работы – исследование совершенствования процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли.

Для решения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- изучить процесс оказания услуг: понятие и сущность;
- рассмотреть классификацию и характеристику услуг предприятий розничной торговли;
- выделить тенденции развития сервисных услуг на предприятиях розничной торговли;
- дать краткую характеристику ООО «Элвис Премиум»;
- сделать анализ процесса оказания услуг и обслуживания покупателей в ООО «Элвис Премиум»;
- изучить стратегическое управление в сфере ритейлера как метод совершенствования сервисных услуг в розничной торговле;
- выделить мероприятия по совершенствованию процесса оказания услуг в розничной торговле;
- дать обоснование эффективности разрабатываемых мероприятий по оказанию сервисных услуг.

Объектом работы является ООО «Элвис Премиум».

Предметом работы является исследование совершенствования процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли на примере ООО

«Элвис Премиум».

Практическая значимость работы заключается в разработанном проекте, направленном на совершенствование процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений. В первой главе представлен теоретический материал по исследованию процесса оказания услуг на предприятиях розничной торговли. Во второй главе представлен анализ особенностей процесса оказания услуг в ООО «Элвис Премиум». В третьей главе разработаны основные направления развития процесса оказания услуг в розничной торговле.

***Основное содержание работы.*** Услуга - любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Ее предоставление может быть связано с материальным продуктом. Торговая услуга - особая форма продукта, представляющая собой организацию и выполнение торговых функций предприятием розничной торговли. Специфичность торговой услуги - симбиоз товара и оказываемой услуги по его продаже (неотделимость от товара) - является характерной особенностью рынка розничных торговых услуг. Для исключения ошибочного мнения стоит отметить, что услуги розничной торговли в литературе могут встречаться так же под определениями «дополнительные услуги», «торговая услуга», а так же подразумеваться под понятием «культура обслуживания». В целом, они отличаются друг от друга лишь категорией предоставляемых услуг в одной и той же области услуг розничной торговли. Основная услуга, которую оказывает розничная торговля, - это реализация товаров в магазинах различных типов, а также вне магазина. Услугам присущи четыре характеристики, которые необходимо учитывать:

- Неосязаемость. Услуги неосязаемы. Их невозможно увидеть и

попробовать на вкус, услышать или понюхать до момента их предоставления.

- Неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника, будь то человек, машина или товар.

- Непостоянство качества. Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, а также от времени и места оказания.

- Несохранимость. Услугу невозможно хранить.

Сфера услуг розничной торговли занимает значительное место в экономике и в жизни общества. Основным направлением этой сферы является максимальное удовлетворение потребностей человека не только в высококачественной продукции, но и в услугах. Специфика услуг розничной торговли состоит в том, что она производится и потребляется в основном одновременно и не подлежит хранению. В силу этого услуги обычно базируются на прямых контактах между производителями и потребителями. Поэтому в торговле происходит определенное обособление услуг, реализация которых обычно связана с торговым посредничеством и возможностями хранения. Торговые услуги являются составляющей форм продажи товаров. Услуги розничной торговли имеют большое значение для повышения культуры торговли, создания положительного имиджа предприятия и повышения его конкурентоспособности.

В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН) к услугам розничной торговли относятся:

- реализация товаров;
- упаковка купленных в магазине товаров;
- прием (в том числе по телефону) и оформление предварительных заказов на товары;
- подготовка к определенному часу по предварительному заказу отдельных товаров, имеющих в продаже;
- прием и исполнение заказов на товары, реализуемые через сеть

посылочной торговли;

- погрузка и доставка тяжелых и крупногабаритных изделий автотранспортными средствами (если доставка осуществляется трансагентством);

- перечисление комитентам денежных средств за реализованные товары на указанный расчетный счет;

- оценка ювелирных изделий из драгоценных металлов, драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней;

- консультационные услуги специалистов о правилах и порядке пользования технически сложными товарами-новинками с демонстрацией их в действии;

- консультации диетологов, косметологов;

- гарантийное хранение купленного товара; прием на хранение вещей покупателя и детских колясок (при наличии комплекса товаров для детей);

- функционирование комнаты матери и ребенка (при наличии комплекса товаров для детей);

- послепродажное обслуживание.

Услуги розничной торговли включают в себя:

- реализацию товаров;

- оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;

- информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;

- дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

Реализация товаров на предприятиях розничной торговли включает в себя следующие основные операции:

- ознакомление покупателей с товарами;

- показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям;

- консультации покупателей;

- выбор товаров покупателями;
- организацию расчета за товары;
- упаковку купленных товаров;
- выдачу купленных товаров;
- доставку купленных товаров по заказу покупателей.

В торговой отрасли, в результате реформ были разрушены основы развития различных видов и типов торговых предприятий, разорваны сложившиеся розничные и оптово-розничные "цепи", которые были основаны на общих подходах к формированию ассортимента, выборе технических средств оснащения, оформлению интерьера и внешнего вида предприятий, применению однообразных форм обслуживания.

Необходимо возродить деятельность предприятий определенных видов и типов, которые выполняли бы функции ведущего звена, способствовали бы внедрению новых форм организации торговли и современных технологических процессов.

Опыт зарубежных стран свидетельствует о быстром развитии крупных торговых корпораций, которые составляют фундамент экономического могущества и конкурентоспособности страны как на внутреннем так и на внешних рынках.

В России развития тенденций внутренней торговли в этом направлении пока нет. В перспективе необходимо создавать эти корпорации в форме акционерных обществ открытого и закрытого типов, обществ с ограниченной ответственностью и других, предусмотренных ГК РФ.

Такие корпорации окажут положительное воздействие на восстановление позиций отечественных товаропроизводителей. Торговую корпорацию можно создать по реализации, например, продукции легкой промышленности, которая совместно с акционерным обществом могла бы принять участие в размещении заказов на производство одежды и обуви на свободных мощностях, закупку на выгодных условиях сырья и материалов.

Возможно при этом предусмотреть осуществление целевых программ отечественной промышленности и торговли по таким направлениям, как "Одежда и обувь для детей", "Одежда и обувь для старшего поколения" и др. С учетом анализа мировой торговой практики интеграционные процессы в торговле будут связаны с образованием таких видов объединений, как цепные торговые организации, кооперативные объединения торговых структур и добровольные оптово-розничные цепи.

Цепные торговые организации могут стать для розничного звена наиболее характерной структурой. Сущность такого объединения состоит в том, что крупное торговое предприятие создает собственную цепную сеть предприятий или заключает договор с малыми и средними торговыми структурами, на основе которого последние в качестве филиалов получают право на реализацию определенных товаров на конкретном товарном рынке под торговой маркой головного предприятия (система франчайзинга).

Можно сказать, что в целях сохранения своих позиций на рынке, оптовые структуры также будут стремиться к интеграции с розничными структурами на долговременной основе, создавая оптово-розничные цепи. Оставаясь самостоятельными юридическими лицами, они будут осуществлять общую коммерческую стратегию, разрабатывать общую сбытовую политику, по единым принципам формировать торговый ассортимент и согласовывать решение других задач.

ООО "ЭЛВИС ПРЕМИУМ" - российское общество с ограниченной ответственностью, зарегистрированное в городе Саратов.

Оказание услуг включает в себя информационные, организационные и предметные операции. Задача того, кто оказывает услуги, состоит в том, чтобы удовлетворить потребности клиента с учетом всех трех операций. Формы и методы выполнения этих операций могут быть различными.

Информационные операции в автосалоне охватывают широкий круг информации — от рекламных средств до консультаций по телефону и личного общения, в автосалоне.

Организационные операции предполагают, что клиент самостоятельно выбирает нужный ему автомобиль и приезжает согласовывать все вопросы непосредственно в автосалон ООО «Элвис Премиум». При этом автосалон согласовывает с клиентом все условия и самостоятельно организует процесс получения автомобиля и его проверку, берет на себя все операции по организации оформления документов.

Для сокращения времени обслуживания клиентов автосалон ООО «Элвис Премиум» максимально упрощает процедуру консультаций клиентов и объяснения всех условий, предоставляет специальные печатные материалы по плану обслуживания. Но реально ситуация ограничивает возможность сокращения: ответственность автосалона перед клиентом должна быть оговорена и юридически зафиксирована.

Взаимодействие между автосалоном ООО «Элвис Премиум» и клиентом регламентируется правилами, техническими условиями, Законом о защите прав потребителей. Для создания удобств пользования услугами автосалона ООО «Элвис Премиум» используют разные способы — от удобного расположения самого салона до проката автомобилей на время оформления договора купли-продажи автомобиля.

Руководство и главные менеджеры автосалона понимают, что обеспечить всех клиентов прокатными автомобилями сложно, но, учитывая, что не каждый клиент хочет взять такой автомобиль, можно. Удобство расположения автосалона— это его преимущество, за которое идет борьба и которое дорого стоит.

Кроме обычных методов обслуживания по схеме клиент — автосалон, компания ООО «Элвис Премиум» ввела несколько новых схем оказания услуг.

1. Доставка на дом всех документов и запасных частей (если клиент обращается на станцию техобслуживания компании) или выезд на дом для доставки автомобиля клиенту.

2. Заключение договоров на покупку автомобиля для юридических лиц.

3. Абонентная форма обслуживания. Клиент покупает на станции годовой абонемент на покупку автомобилей, обслуживание и ремонт. Чаще всего клиенты покупают в автосалоне абонементы на услуги автосервиса при автосалоне ООО «Элвис Премиум». Стоимость обслуживания и ремонта тогда рассчитывается исходя из годового пробега и расчетной трудоемкости работ без стоимости запасных частей. Привлекательность абонементного обслуживания заключается в скидках, благодаря которым абонемент стоит дешевле, чем сумма всех обслуживаний и ремонтов, и учитывает возможные непредвиденные работы, которые автосалон и его станция берут на себя. Автосалон, таким образом, закрепляет за собой клиента, а клиент снимает с себя все заботы об автомобиле за меньшую сумму, чем в других случаях.

4. Предварительная комплектация заказов с целью сокращения времени нахождения клиента в автосалоне при оформлении заказа.

5. Предварительная запись. Этот метод имеет широкое применение во автосалоне ООО «Элвис Премиум». Он дает возможность налаживать отношения с клиентом, регулировать загрузку, планировать предоставления консультаций и время оформления договоров. Часто бывает так, что график в автосалоне ООО «Элвис Премиум» сбивается, что вполне естественно, но существуют методы регулирования отношений с клиентурой и выполнения своих обязательств перед ней.

6. Ведение картотеки постоянных клиентов. Клиент, который дважды или более посетил автосалон, заносится в картотеку постоянных клиентов. На специальных носителях сохраняются данные о приобретенных автомобилях, клиенте.

ООО «Элвис Премиум» необходимо провести комплекс мероприятий, направленных на совершенствование качества обслуживания.

Использование современных каналов продвижения и обратной связи:

- улучшение имиджа и повышение конкурентоспособности предприятия;
- информирование потенциальных потребителей о достоинствах и преимуществах предлагаемых предприятием услуг или товаров;
- обеспечение связи потребителей с предприятием;
- привлечение внимания потребителей к новинкам и наиболее интересным предложениям предприятия;
- облегчение оформления заказов;
- удержание и обеспечение лояльности клиентов предприятия;
- информационная и техническая поддержка постоянных клиентов.

Создание и продвижение корпоративного сайта позволит ООО «Элвис Премиум» быть доступными для клиента во всех отношениях. Клиенты смогут в любое время получить информацию о предприятии, о предлагаемых товарах и услугах. Сайт является важнейшим инструментом продвижения, с помощью которого жители близлежащих населенных пунктов смогут узнать о предприятии и соответственно в дальнейшем стать его клиентами.

На сегодняшний день одним из наиболее эффективных каналов продвижения бизнеса и связи с клиентами являются социальные сети. Социальные сети предоставляют возможность своим пользователям следить за мировыми новостями, обмениваться фотографиями, видео и музыкой, общаться.

**Заключение.** Процесс обслуживания покупателей обеспечивает торговому предприятию социальный и экономический эффект, т.е. социальный эффект проявляется в завоевании большого количества покупателей и качественном удовлетворении спроса, а экономический эффект заключается в максимальной прибыли предприятия, которая

характеризует эффективное обеспечение покупателей лучшими товарами для удовлетворения их потребностей.

ООО "ЭЛВИС ПРЕМИУМ" - российское общество с ограниченной ответственностью. Главной деятельностью компании является торговля автотранспортными средствами.

В ООО «Элвис Премиум» линейная организационная структура управления. Для нее характерна вертикаль: высший руководитель - линейный руководитель (подразделения) - исполнители. Имеются только вертикальные связи.

В ООО «Элвис Премиум» используются следующие функции менеджмента:

- планирование;
- организация;
- мотивация;
- контроль;
- координация.

Оказание услуг включает в себя информационные, организационные и предметные операции. Задача того, кто оказывает услуги, состоит в том, чтобы удовлетворить потребности клиента с учетом всех трех операций. Формы и методы выполнения этих операций могут быть различными.

Взаимодействие между автосалоном ООО «Элвис Премиум» и клиентом регламентируется правилами, техническими условиями, Законом о защите прав потребителей. Для создания удобств пользования услугами автосалона ООО «Элвис Премиум» используют разные способы — от удобного расположения самого салона до проката автомобилей на время оформления договора купли-продажи автомобиля.

Контактная зона с клиентами в автосалоне хорошо продумана. А именно она разделена на несколько секторов.

1. сектор консультаций по автомобилям;
2. сектор оформления заявок на автомобили;
3. сектор оформления договоров;
4. сектор оформления кредитов.

Организация приемов заказов на услуги в автосалоне представлена несколькими способами:

1. Прием заказов по телефону через call-центр;
2. Прием заказа непосредственно в автосалоне;
3. Прием заказа на услугу через Интернет – сайт.

Прием заказа в автосалоне по максимуму автоматизирован.

Таким образом, задачи, поставленные в исследовании, выполнены, цель достигнута.