

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование сервисных услуг на предприятиях
(на примере сотового оператора Билайн)**

студента 5 курса 551 группы

направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Волгуцковой Ольги Юрьевны

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

С. Е. Каменева

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

Т. В. Черевичко

Саратов 2022

Введение. Усиление неценовой конкуренции выдвигает достаточно жесткие требования к качеству обслуживания, основными условиями обеспечения которого являются доступность услуги для потребителя, безопасность, качество и культура обслуживания, профессионализм. Независимо от сферы деятельности фирмы (производство или оказание услуг) качественное обслуживание – это единственное стратегическое решение, позволяющее повысить уровень конкурентоспособности.

Актуальность исследования обусловлена тем, что сформировавшиеся условия рыночных отношений обуславливают жесткую конкурентную борьбу, поэтому необходимо постоянное совершенствование деятельности фирмы в сфере услуг. Фирмы должны формировать перечень услуг в соответствии с потребностями рынка и своими возможностями, имеющимися ресурсами и дополнительными издержками.

Объектом исследования является отделение ПАО «ВымпелКом» (сотовый оператор Билайн) - лидирующий телеком-бренд в России, расположенное в г. Саратове.

Предметом исследования являются сервисные услуги на предприятии сотовой связи.

Цель бакалаврской работы – изучение сервисных услуг на предприятии и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**:

- 1) изучить законодательно-нормативное обеспечение процесса оказания услуг на сервисных предприятиях;
- 2) рассмотреть особенности оказания сервисных услуг на предприятиях сотовой связи;
- 3) проанализировать роль рекламно-информационной деятельности в работе предприятий, оказывающих услуги сотовой связи;

- 4) проанализировать ассортимент услуг в Билайн;
- 5) выявить влияние рекламно-информационной деятельности на активизацию продаж в Билайне.
- 6) разработка и обоснование мер по дальнейшему совершенствованию сервиса услуг ПАО «ВымпелКом».

Методы исследования:

- анализ сайта «Билайн» как информационно-коммуникационной технологии в совершенствовании услуг ПАО «ВымпелКом»;
- анализ ассортимента услуг в «Билайн», направленный на исследование перечня услуг для совершенствования;
- опрос клиентов ПАО «Вымпелком» на предмет выяснения их предпочтений и отношения к нововведениям.

При написании выпускной квалификационной работы использовались работы следующих авторов: учебные материалы доктора экономических наук Д.А. Шевченко «Сервисология»¹ и исследовательская статья «Теоретические основы исследования влияния средств рекламы и связей с общественностью на продвижение сервисных услуг организации»², учебно-методический комплекс Е.В. Болдановой «Организация производства на предприятиях связи»³, коллективная аналитическая работа В. В. Макарова, С.А. Сеница, Т.А. Блатова, посвященная исследованию перспектив развития

¹ Шевченко, Д. А. Сервисология / Д. А. Шевченко, В. Д. Секерин. – Екатеринбург: Издательские решения по лицензии Ridero, 2021. – 335 с. – ISBN 978-5-0055-0925-3.

² Шевченко, Д. А. Теоретические основы исследования влияния средств рекламы и связей с общественностью на продвижение сервисных услуг организации / Д. А. Шевченко, В. В. Фомин // Research innovations 2019 : сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 23 сентября 2019 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская Ирина Игоревна), 2019. – С. 6-15.

³ Болданова Е.В. Организация производства на предприятиях связи: учебно-методический комплекс, 3 ч. - Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2020. – 61 с.

компании ПАО «ВымпелКом» на рынке сотовой связи в России⁴, а также статьи Е.А Горбашко⁵, А.М. Гайсина⁶, А.А. Жучкова, М.П. Ашихиной, С.М. Боранбаево, А. С. Булычева⁷, описывающие различные аспекты организации и совершенствования услуг сервиса на предприятиях сотовой связи. Также для структуризации исследовательского материала были взяты законодательно-нормативные акты, регулирующие обеспечение процесса оказания услуг связи на сервисных предприятиях в Российской Федерации.

Структура работы. Работа состоит из введения, трёх глав, где первая глава имеет три параграфа, вторая глава имеет 3 параграфа, последняя глава имеет два параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложений.

- Введение раскрывает актуальность, определяет степень научной разработки темы, объект, предмет, цель, задачи и методы исследования, раскрывает теоретическую и практическую значимость работы.

- В первой главе рассматриваются теоретические аспекты организации сервисных услуг, определяются особенности организации услуг связи.

- Во второй главе рассматривается организация процесса оказания услуг в ПАО «ВымпелКом». Для этого анализируется ассортимент услуг оператора Билайн и влияние рекламно-информационной деятельности на активизацию продаж в Билайн.

⁴ Макаров В.В., Сеница С.А., Блатова Т.А. Компания «Билайн» на рынке мобильной связи: состояние и перспективы // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. №1-2.

⁵ Горбашко, Е. А. Совершенствование системы управления качеством услуг сервисной организации / Е. А. Горбашко, Т. А. Филатова // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2018. – № 3(81). – С. 42-46.

⁶ Гайсин, А. М. Особенности современных услуг сотовой связи / А. М. Гайсин, Р. З. Гайфутдинова // Российская наука в современном мире: Сборник статей XXXIX международной научно-практической конференции, Москва, 15 июля 2021 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Актуальность.РФ", 2021. – С. 184-185.

⁷ Анализ рынка услуг сотовой связи в России / А. А. Жучков, М. П. Ашихина, С. М. Боранбаева, А. С. Булычев // Вестник ОрелГИЭТ. – 2019. – № 2(40). – С. 136-142.

- В третьей главе разрабатываются три основных направления стратегии по совершенствованию качества услуг в ПАО «ВымпелКом»: оптимизация цен и увеличением абонентской базы, повышение общей эффективности деятельности компании посредством инновационных операционных моделей, повышение уровня удовлетворенности клиентов с помощью сегментации абонентской базы, учитывающей ценности и потребности каждого сегмента, а также подчеркивающей основные различия между брендом «Билайн» и брендами конкурентов.

- В заключении подводятся итоги проделанной работы, формируются окончательные выводы по рассматриваемой теме.

- В списке использованной литературы приводятся все источники, которые помогли нам написать дипломную работу.

Основное содержание работы. В первой главе «Теоретические основы исследования организации сервисных услуг» рассматриваются теоретические основы исследования организации сервисных услуг, а именно: законодательно-нормативное обеспечение процесса оказания услуг на сервисных предприятиях, особенности оказания сервисных услуг на предприятиях сотовой связи, роль рекламно-информационной деятельности в работе предприятий, оказывающих услуги сотовой связи.

Первостепенным аспектом организации сервисных услуг в любой отрасли является нормативно-правовая база оказания услуг на предприятии сервиса. Для изучения законодательно-нормативного обеспечения необходимо рассмотреть сервисную деятельность как объект правовых отношений. Термин «услуга» в юриспруденции означает способ удовлетворения потребностей граждан и юридических лиц. Василий Васильевич Гущин трактует сервисные правоотношение как «урегулированное нормами сервисного права общественное отношение,

участники которого являются носителями прав и обязанностей в сфере сервиса»⁸.

Рассматривая конкретное предприятие по оказанию операторских услуг, стоит упомянуть ФЗ, касающиеся услуг связи. Основными Федеральными законами, регулирующими сервисные правоотношения в телекоммуникационной отрасли, являются Федеральный закон от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ "О связи", Федеральный закон от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ "О техническом регулировании", а также Постановления Правительства РФ: Постановление Правительства РФ от 09.12.2014 г. № 1342 "О порядке оказания услуг телефонной связи", утвердившее "Правила оказания услуг телефонной связи", Постановление Правительства РФ от 24.05.2014 г. № 480 "О торгах (аукционах, конкурсах) на получение лицензии на оказание услуг связи", приказы Роскомнадзора и Минкомсвязи России. Одним из наиболее актуальных нормативно-правовых актов является Постановление Правительства России от 30 декабря 2020 г. №2385 "О лицензировании деятельности в области оказания услуг связи и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации», в котором содержится приложение с новыми положениями о лицензировании деятельности в области оказания услуг связи.

Инфраструктурная природа связи, всеобщий характер потребления ее услуг обуславливают особую актуальность проблемы обеспечения качества конечного продукта отрасли, связанную с особенностями его производства и потребления. Поэтому для дальнейшего исследования следует остановиться на тех организационно-экономических особенностях телекоммуникационной услуги, которые оказывают существенное влияние на формирование показателей качества и на обеспечение качества услуги. К этим особенностям относятся:

⁸ Гушин, В.В. Сервисное право / В.В.Гушин, В.Д.Пахомов, Е.П. Приходько – М.: Изд.-книготорг. центр «Маркетинг», 2019. – С. 23

- невещественная форма создаваемого продукта, который представляет собой полезный эффект процесса передачи информации, выступающий в форме услуги;

- неотделимость во времени процессов производства и потребления телекоммуникационной услуги;

- двусторонность процесса передачи информации (то есть наличие отправителя и получателя сообщения).

Помимо этого, качество услуг связи не имеет стабильного показателя, может меняться в зависимости от многих факторов, например, геолокация пользователя, техническое обслуживание вышек связи, погодные условия, различного рода сбои и блокировка связи на государственном уровне. Учреждения, предоставляющие на рынке телекоммуникационные услуги, предоставляли только услуги мобильной связи, сейчас предоставляют населению услуги интернета и телевидения в цифровом формате. Все это отличает данный потребительский рынок от большинства других и, несомненно, увеличивает рекламную активность игроков на рынке, заставляя их выбирать оптимальный для себя набор медиаканалов для коммуникации с потребителями. Компании предлагают одни и те же сервисы, ориентируясь на одних и тех же потребителей услуг, поэтому на рынке создается очень сложная конкуренция между ними.

Приоритетные направления деятельности ПАО «ВымпелКом» отражены в его стратегии, глобальная цель которой заключается в устойчивом росте быстрее темпов рынка. При реализации своей стратегии Общество уделяет основное внимание следующим аспектам:

- рост абонентской базы и выручки;
- рост эффективности затрат;
- расширение внутреннего и внешнего сотрудничества;

Под маркой «Билайн» оказываются услуги сотовой (GSM, UMTS и LTE) и фиксированной связи, проводного (FTTB) и беспроводного (Wi-Fi, «Билайн Wi-Fi») высокоскоростного доступа в Интернет, IP-телевидения («Домашнее цифровое телевидение Билайн» и «Мобильное ТВ»). В «Билайн» все услуги поделены на 5 больших групп: мобильная связь, Интернет и ТВ, оплата и финансы, билайн бизнес, интернет-магазин. В каждой из этих групп представлен перечень услуг. Билайн поддерживает высокий темп развития сети в Саратове, Энгельсе, Балаково, Балашове. С начала 2019 года сеть 4G в Саратовской области выросла на 75%. Особенное внимание оператора было уделено покрытию 4G сетью жилых массивов, образовательных и социальных учреждений, вокзалов, торговых и бизнес-центров. Например, была увеличена скорость мобильного интернета в пассажирском терминале международного аэропорта "Гагарин". Также в августе 2019 года компания запустила сервис на основе искусственного интеллекта «BeelineAI-Поиск», который поможет оперативнее находить пропавших людей. Сервис разработан специально для поддержки поисковых задач «Лиза Алерт». Это свидетельствует о том, что организация старается развиваться в различных направлениях, принимает участие в некоммерческих проектах и принимает участие в общественной жизни.

В ходе научного исследования проведен сравнительный анализ цен базовых тарифов на услуги связи для смартфона у 5 основных операторов МТС, Билайн, Мегафон, Теле2 и Yota. Сравнение базовых тарифов происходила по нескольким критериям: количество ГБ Интернета на месяц, количество минут на месяц, дополнительные услуги, входящие в стоимость тарифа за месяц. Было рассмотрено влияние рекламно-информационной деятельности на активизацию продаж в «Билайн» на примере внедрения нового тарифа «Связь Z» в России в 2021 году и ребрендинга компании в 2020 году. После проведения ребрендинга, выстраивания грамотной и актуальной рекламной компании потеря клиентской абонентской базы ПАО

«ВымпелКом» сократились, а доходность предприятия растет. В опубликованном «ВымпелКом» финансовом отчете за первые 3 месяца 2022 года, показатели выручки составили рекордные 70,9 млн. руб., и с 2020 года свидетельствуют о стабильном росте без спадов.

Таким образом, ПАО «ВымпелКом» является одним из основных поставщиков телекоммуникационных услуг в России и работает под брендом «Билайн». В результате проведенного анализа деятельности предприятия, можно говорить о необходимости повышения эффективности ПАО «Вымпелком» с помощью совершенствования ассортимента дополнительных услуг сотовой связи, качества связи, оптимизации настройки тарифов в индивидуальном порядке, расширение зоны покрытия вышек связи. Билайн вёл многие годы неправильную политику, после чего Билайн решил отказаться от мобильных подписок, пересмотреть формирование своих тарифных планов и услуг. Оптимизация рекламной кампании и совершенствование репутации бренда напрямую влияет на стабильность и рост выручки предприятия в долгосрочной перспективе.

В заключительной главе «Разработка мероприятий по совершенствованию сервиса услуг в ПАО «ВымпелКом» разработаны три основных направления стратегии по совершенствованию качества услуг в ПАО «ВымпелКом»: оптимизация цен и увеличением абонентской базы, повышение общей эффективности деятельности компании посредством инновационных операционных моделей, повышение уровня удовлетворенности клиентов с помощью сегментации абонентской базы, учитывающей ценности и потребности каждого сегмента, а также подчеркивающей основные различия между брендом «Билайн» и брендами конкурентов. Подписчики, которые оформляют подписку на подписку, являются одним из факторов увеличения абонентской базы, предоставляют единичные каналы продаж, увеличивают использование новых каналов

продаж и делают продажи более привлекательными для участников. В свою очередь, это позволяет поддерживать паритет с конкурентами.

В ходе реализации указанной стратегии следует отметить ряд важных факторов, влияющих на рентабельность (средний рост доходов от числа абонентов (ARPU) и сохранность абонентской базы (повышение лояльности абонентов) организации⁹.

Таким образом, политика продвижения в бизнесе будет осуществляться в следующих областях, которые направлены на увеличение знаний и увеличение объема услуг:

- Продвижение продаж;
- Имплементация систем скидок;
- Паблсити (включает участие в благотворительной деятельности);
- Общественные отношения (спонсирование социально значимых проектов);
- Реклама (рекламные кампании, производство печатной продукции – брошюры, каталоги).

Затраты для проведения мероприятий по повышению эффективности деятельности ПАО «Вымпелком» на один город с населением в 1 млн. чел. Статья расходов будет включать в себя закупку абонентского оборудования - 27 млн. руб., приобретение лицензии – 10 млн. руб., разработку и подготовку документации – 1,4 млн. руб., размещение баннеров условно на 1 год – 1,3 млн. руб., распечатка каталогов и размещение рекламы -1,2 млн. руб. Таким образом, на разработку и проведение предложенных мероприятий ПАО «Вымпелком» потребуется 42 млн руб. Реализация запланированных стратегий займет 12 месяцев. Ежемесячная статья расходов составит: в 1 месяц - 33,5 млн. руб., во 2 – 5,09 млн. руб., в 3,6,9,12 месяцы – 3.03 млн. руб., а в 4,5,7,8,10,11 месяцы – 900 тыс. руб. Предполагается, что внедрение разрабатываемых мероприятий увеличит выручку компании, а

⁹ Официальный сайт ПАО «ВымпелКом». [Электронный ресурс] // URL: <http://beeline.ru>. (дата обращения: 16.05.2022 г).

соответственно принесет дополнительную прибыль. Общий прирост прибыли ожидается в размере 52 млн. р., при этом возможно, что ожидаемый эффект от какого-либо из предложенных мероприятий может увеличиться. В результате проведенных расчетов можно сделать вывод, что ожидается увеличение прибыли на 10 млн р. Максимальную прибыль от результата проведенных маркетинговых мероприятий и финансовых вложений компания получит в будущем и достойно выдержит конкуренцию в отрасли услуг сотовой связи. Экономическая эффективность разработанных мероприятий рассчитывается как соотношение результатов и затрат.

Так как показатель чистой текущей стоимости положителен, то проектные мероприятия могут быть приняты к реализации.

Входе проведенных вычислений индекс прибыльности оказался положительным, то предложенные маркетинговые мероприятия по повышению конкурентоспособности ПАО «Вымпелком» могут быть приняты к реализации. Срок окупаемости предложенных мероприятий составляет 4 года.

Заключение. ПАО «ВымпелКом» является одним из основных поставщиков телекоммуникационных услуг в России и работает под брендом «Билайн». «Билайн» является одним из самых известных в России брендов связи. Устойчивое и сбалансированное развитие сотовой индустрии неразрывно связано с увеличением количества клиентов и услуг. Список специальных услуг постоянно расширяется, так как в интересах операторов поддерживать свою клиентскую базу и предоставлять абонентам столько новых продуктов в области связи. Перечень специальных услуг постоянно расширяется, так как в интересах операторов сохранить свою клиентскую базу, и предоставить абонентам как можно больше новинок в области коммуникации.

В результате проведенного исследования были сформулированы три основных направления стратегии по совершенствованию качества услуг в ПАО «ВымпелКом»:

1. оптимизация цен и увеличением абонентской базы;
2. повышение общей эффективности деятельности компании посредством инновационных операционных моделей;
3. повышение уровня удовлетворенности клиентов с помощью сегментации абонентской базы, учитывающей ценности и потребности каждого сегмента, а также подчеркивающей основные различия между брендом «Билайн».

Расходы на реализацию предложенных стратегий составят 42 млн. руб., с годовой чистой прибылью в 10 млн. рублей. То есть окупаемость предложенных стратегий в пессимистичном сценарии для компании составит 4 года, с минимальными показателями прибыли 52 млн. руб. ПАО «ВымпелКом». Из расчетов, представленных в исследовании, эффективность данных мероприятий составляет 1,24%, индекс доходности стратегий составит 13%. Исходя из показателей выручки за отчетный период 2022 года в 70,9 млн. руб., годовая чистая прибыль с реализацией мероприятий составит 28,9 млн. руб., окупаемость мероприятий – 1,5 года, соответственный индекс доходности составит более 54%. Таким образом, экономический расчет показателей эффективности доказывает, что разработанные стратегии совершенствования качества услуг связи могут быть использованы в дальнейшей работе Саратовским филиалом ПАО «ВымпелКом», а также выдвинута в качестве предложения по совершенствованию и оптимизации телекоммуникационных услуг в городе Саратове.