

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 обслуживания клиентов на
рынке бытовых услуг (на примере услуг банного
комплекса ООО «Бриз» в г. Саратове)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений
Хочджыева Оразмухаммета

Научный руководитель

доцент, к.э.н.

должность, уч. степень, уч. звание

Е.В. Иванова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

проф., д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2023

Введение

В настоящее время проблема повышения качества обслуживания клиентов является достаточно актуальной. Это связано с тем, что предоставление качественных услуг и высокого уровня обслуживания является одной из стратегических целей любой сервисной компании. Достигая такого уровня и качества обслуживания, организация приобретает сравнительное преимущество перед другими аналогичными предприятиями в стране и за рубежом.

Обслуживание всегда было требованием рынка, но в настоящее время его важность особенно велика из-за текущей экономической ситуации. Развитие сектора услуг в настоящее время происходит в жестких рыночных условиях, когда конкуренция между предлагаемыми услугами усиливается, а ее условия вынуждают компании прилагать максимальные усилия для сохранения стабильных позиций на рынке. Не все компании способны предоставить качественный сервис. Для удержания постоянных клиентов и привлечения новых компании осваивают и предлагают новые виды услуг, применяют передовые формы обслуживания, повышают компетентность своих сотрудников и т. д.

Опыт современных исследователей (Н.Ю. Арбузова, Р.В. Котунов, М.Б. Понявина) показывает, что одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятия сервиса является улучшение качества обслуживания. Каждое предприятие стремится удержать свои позиции на рынке, завоевать определенный сегмент потребителей, сформировать лояльность клиентов к компании. Это невозможно сделать без качественного сервиса. Данное обстоятельство обусловило выбор темы исследования: Совершенствование качества обслуживания клиентов на предприятии сервиса.

Указанная проблема качества обслуживания вызывает интерес как среди отечественных, так и зарубежных ученых (Ю.П. Адлер,

Н.Ю. Арбузова, Л.М. Багандова, С.А. Калугина, Р.В. Котунов, Н.В. Фридемманн и др.).

Проблема исследования заключается в выявлении оптимальных способов улучшения качества обслуживания клиентов на предприятии сервиса.

Объект исследования – деятельность предприятия бытовых услуг ООО «Бриз».

Предмет исследования – процесс обслуживания клиентов на предприятии бытовых услуг ООО «Бриз».

Цель работы – провести теоретическое и практическое исследование процесса совершенствования банных услуг и разработать рекомендации для улучшения качества сервиса в ООО «Бриз».

В ходе исследования были поставлены следующие **задачи**:

- Исследовать сущность процесса обслуживания клиентов на предприятии сферы услуг;
- Изучить процесс обслуживания клиентов на предприятии сервиса;
- Провести анализ качества обслуживания клиентов на рынке банных услуг г. Саратова;
- Изучить потребительские предпочтения на рынке банных услуг г. Саратова;
- Представить организационно-экономическую характеристику предприятия бытовых услуг ООО «Бриз»;
- Выявить проблемы в процессе обслуживания клиентов на предприятии ООО «Бриз»;
- Разработать мероприятия, направленные на совершенствование процесса обслуживания на предприятии бытовых услуг ООО «Бриз».

Теоретическую базу исследования составили труды ученых по проблеме качества обслуживания клиентов на предприятиях сферы сервиса

(Н.Ю. Арбузова, С.И. Байлик, В.Ф. Буйленко, Р.В. Котунов, В.Н. Фридемман, А.В. Леонова, Д.В. Овсянко).

Теоретическая значимость работы заключается том, что в результаты обобщения и систематизации классических и современных трудов отечественных и зарубежных ученых в области, экономики предприятия, стратегического планирования, управленческого учета и системного анализа принятия решений, общенаучные методы познания, в дальнейшем могут использоваться при изучении дисциплин «Управление персоналом», «Инновации на предприятиях сервиса», «Исследование систем управления предприятием», а так же при написании курсовых, выпускных квалификационных и магистерских работ.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложен ряд рекомендаций, направленных на совершенствование системы управления предприятий, которые могут быть использованы в практике функционирования.

Методы исследования:

- теоретические: анализ, обобщение и систематизация научной литературы по проблеме исследования, метод сравнения;
- практические: наблюдение, анкетирование, качественный и количественный анализ данных.

Структура работы: введение, 3 главы, заключение, и список использованных источников. В первой главе работы даны теоретические основы аспекты обслуживания клиентов на рынке бытовых услуг. Вторая глава посвящена анализу рынка банных услуг в г. Саратова. Третья глава посвящена изучению компании по оказанию банных услуг ООО «Бриз» и разработке рекомендаций по совершенствованию качества услуг.

В заключении подведены итоги и сделаны выводы по существующему состоянию предприятия и пути совершенствования качества обслуживания клиентов.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Качественное обслуживание клиентов является основой успешного ведения бизнеса. Ведь существует разница между хорошими отзывами и постоянными клиентами, и негативным опытом покупателей, и людьми, которые будут стараться избегать вашего бизнеса. Учитывая тот факт, что обслуживание клиентов является одной из самых важных и неотъемлемых частей любого бизнеса, важно знать некоторые очень распространенные ошибки, которые совершают некомпетентные лица по отношению к клиентам.

В настоящее время высокое качество обслуживания клиентов становится не только конкурентным преимуществом организации, оно в большой степени влияет на формирование лояльности покупателей, смещая акцент с вопроса цены на вопрос удовлетворенности обслуживанием. Л.А. Масленникова отмечает, что «сейчас в понятие качественного обслуживания помимо удобства месторасположения, широкого ассортимента, лидерства в товарной группе, а подчас и конкурентных цен, добавляются такие элементы, как вежливость сотрудников компании, знание продукта, включенность персонала в процесс выбора товара, помощь с их стороны и энтузиазм».¹

Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги называется обслуживанием. Процесс обслуживания характерен для всех предприятий сферы услуг. Однако до сих пор нет четкого представления о структуре данного процесса. Организацию обслуживания можно рассматривать как систему мероприятий, позволяющих удовлетворять потребности заказчика с наименьшими затратами. Например,

¹ Системы оплаты труда: как сделать выбор /Л. А. Масленникова // Российский налоговый курьер - 2010., С. 83.

Г.А. Низовцев, У.М. Найгеборен включают в систему организации обслуживания следующие элементы:

1. прогрессивные формы обслуживания;
2. рациональное размещение подразделений предприятия;
3. повышение культуры обслуживания;
4. повышение качества обслуживания;
5. установление удобного режима работы предприятия;
6. развитие рекламы;
7. художественно-эстетическое оформление предприятия.

Под обслуживанием в широком смысле понимается система трудовых операций, полезных действий, различных усилий, которые осуществляют производители услуг по отношению к потребителю, удовлетворяя его запросы и предоставляя ему необходимые блага и удобства. Часто под обслуживанием понимают процесс непосредственного и опосредованного контактирования производителей услуг с потребителями, охватывающий широкий круг вопросов, связанных с приемом, оформлением и выдачей заказа. Указанные выше элементы являются своего рода внешней оболочкой данного процесса.

Одной из развитых отраслей в Саратове является предоставление оздоровительных и банных услуг. Есть места, где это включено в оздоровительных комплекс, есть где отдельно предоставляется услуги «сауны». Рассмотрим более детально общее состояние банных услуг в г. Саратова.

В г. Саратове все бани можно разделить на несколько видов:

- 1) Многопрофильные бани – данные места не только оказывают услуги бани, но и сауны, спа, массаж и бассейн.
- 2) Национальные бани – это значит, что услуги оказываются в национальной специфичной бане (финская баня, турецкий хамам и т.д.).
- 3) Частные бани – места, где есть только баня и идет часовая оплата .

4) Бани при санаторно-курортных комплексах – такая баня не является отдельным видом оказания услуг, а включена во всю программу данного заведения.

Важную роль в оценке качества услуг бани играет доступность бани, определяемая как среднее время, необходимое на дорогу до места оказания услуги. Возможно, именно из-за этого основными клиентами бань являются жители близлежащих улиц, а остальное население района отказывается посещать баню, если она расположена далеко.

Стандартные бани имеют три отделения: женское, мужское и "отдельный кабинет:

- женское отделение(двухразрядное):

- 1) первый разряд включает в себя сауну и бассейн. Время - 1,5 часа. Стоимость услуги примерно 2000-3000
- 2) второй разряд включает в себя сауну, бассейн, русскую парильню и педикюрный кабинет. Время - 2 часа. Стоимость услуги 5000;

- мужское отделение(двухразрядное):

- 1) душевое отделение с сауной. Время - 1,5 часа 2000.
- 2) отделение "люкс" включает сауну, бассейн, русскую парильню, педикюрный кабинет, буфет и массаж. Время - 2 часа. Стоимость 5000 руб.

- "отдельный кабинет" объединяет в себе все услуги" люкса", плюс тренажерный зал. Время - 1,5 часа, тренажерный зал - 30 мин. Стоимость 3000 руб.

Цены на услуги саун в Саратове колеблются в среднем от 1500 до 5000 руб. в час (помещение саун рассчитано в среднем на 6—8 человек).

В целом по России рост цен на услуги бань и саун в 2022 г. также составил в среднем 120—125%, а рост физического объема услуг бань за тот же период составил порядка 110%.

Однако следует отметить, что в Саратове наблюдается не рост, а снижение показателя физического объема услуг бань. Так, в 2022 г. он составлял 89,2%².

По результатам анкетирования также была получена информация о дополнительных услугах в банях и саунах, которые пользуются наибольшим предпочтением потребителей:

- парикмахерские услуги — 30,2% (из числа опрошенных);
- косметические услуги — 28,8%;
- маникюр и педикюр — 27,2%;
- стирка белья — 9,1%;
- мелкий ремонт одежды — 6,3%.

Основные причины, ограничивающие потребление или вообще не позволяющие пользоваться вышеуказанными дополнительными услугами в банях и саунах:

- высокие цены на дополнительные(сопутствующие) услуги — 32,5% (из числа опрошенных);
- отсутствие требуемых дополнительных услуг в посещаемых банях или саунах — 21%;
- низкое качество услуг — 15,5%;
- низкий уровень обслуживания — 12,7%.

Объект нашего исследования, ООО «Бриз» – это предприятие, основной целью которого является получение прибыли, а миссией – удовлетворение потребностей населения в бытовых услугах. Предприятие оказывает несколько видов услуг, включая: бытовые услуги бань, физкультурно-оздоровительные услуги, розничную торговлю, сдачу внаем имущества. На предприятии действует линейная организационная структура. В организации работает 15 человек, в том числе: директор, банщики, парикмахеры, бухгалтеры, кассир, охранник и уборщица.

² Статистические данные рынка бытовых услуг на 2022 г. Электронный ресурс. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13239> (Дата обращения 20.02.2023)

Анализ процесса обслуживания клиентов банного комплекса ООО «Бриз» проводился в два этапа:

1. анализ процесса обслуживания в парикмахерской;
2. анализ процесса обслуживания в банном комплексе.

Цель исследования – определить качество обслуживания клиентов предприятия и разработать рекомендации для его улучшения. Методом исследования было выбрано анкетирование, что обусловлено низкими затратами на его проведение, высокой скоростью обработки результатов и отсутствия влияния со стороны интервьюера.

Имеются также дополнительные платные услуги (простыни, полотенца и др.) стоимостью от 500 руб. до 1000 руб. Из числа опрошенных баню посещают 58%. Частотное распределение посещения бань представлено на рис. 1.

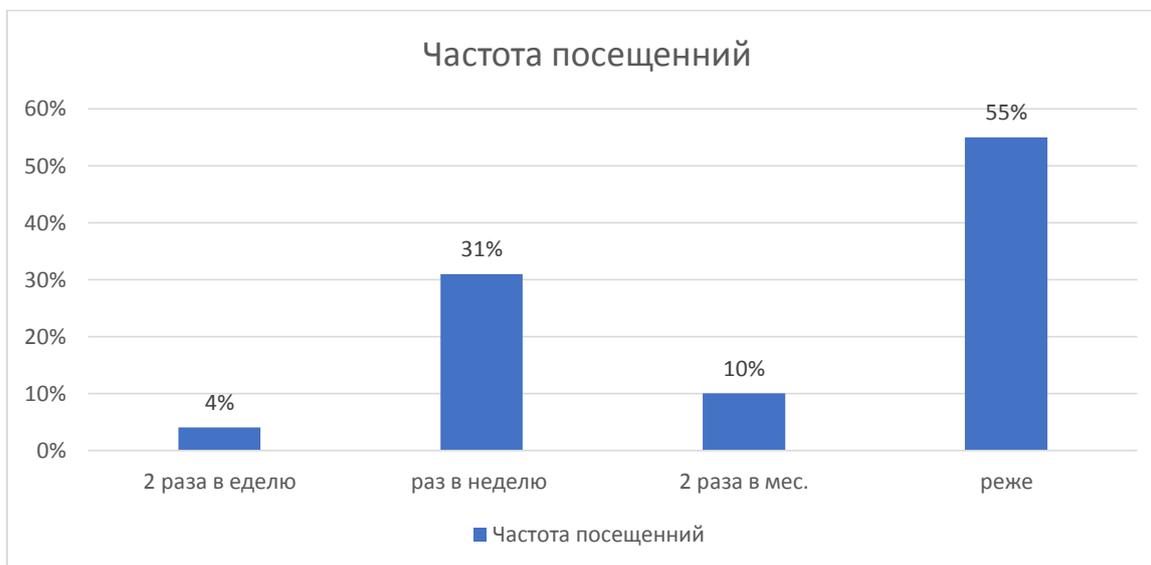


Рис.1. Частота посещений бани

Средняя частота посещения бань составляет 15,1 услуг/год/чел. Существующий спрос составляет 878 т.услуг/год или 8780 т.руб./год при средней стоимости услуги 2000 руб.

С целью изучения удовлетворенности клиентов бань мы провели опрос, позволивший сделать вывод, что более чем у половины участников опроса потребности в услугах бань не вполне удовлетворены.

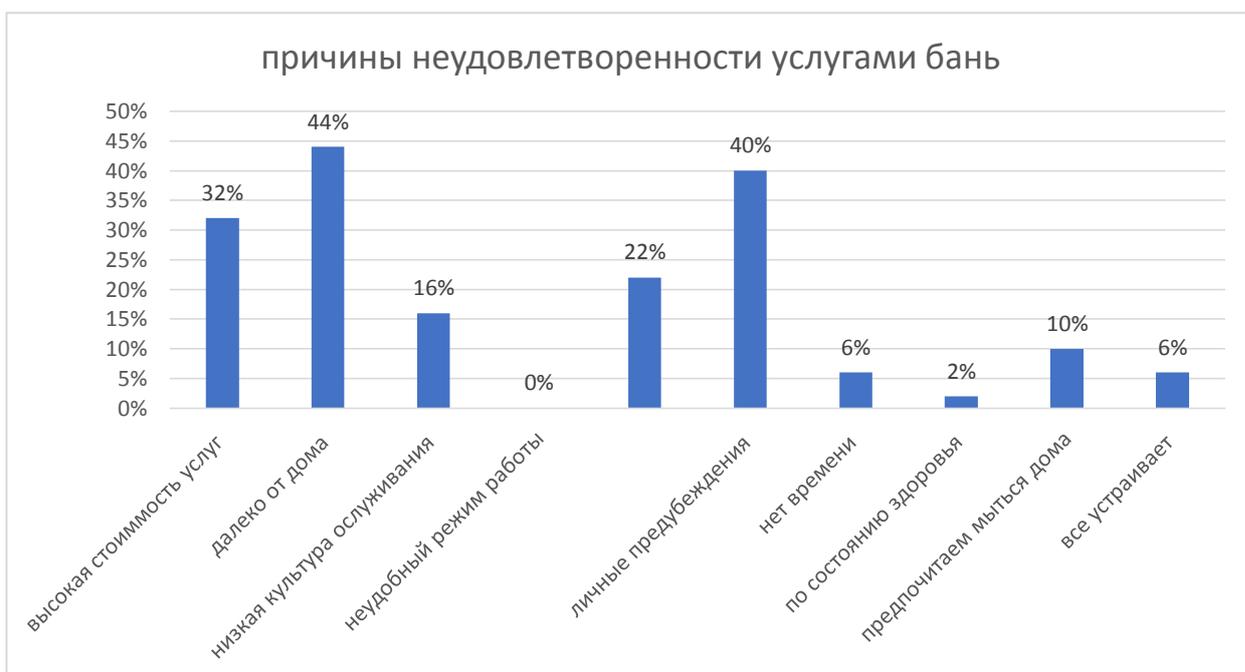


Рис.2. Причины неудовлетворенности услугами бань

В ходе исследования были исследованы причины не полного удовлетворения в услугах бань. Результаты приведены на рис. 2.

Для того чтобы обеспечить достойную конкуренцию, предприятию ООО «Бриз» необходимо провести комплекс мероприятий по повышению качества обслуживания за счет:

- использования современных каналов продвижения и обратной связи;
- внедрения системы мониторинга качества обслуживания;
- обеспечения досуговой и развлекательной деятельности клиентов;
- изменения режима работы предприятия;
- совершенствования материально-технической базы предприятия;
- расширения ассортимента услуг предприятия

Сумма затрат на предлагаемые мероприятия составит: 675 500 рублей.

Предполагаемый срок окупаемости мероприятий 2,4 года.

Заключение

В данной выпускной квалификационной работе представлено теоретическое и практическое исследование процесса совершенствования качества обслуживания клиентов в ООО «Бриз». Каждое предприятие стремится удержать свои позиции на рынке, завоевать определенный сегмент потребителей, сформировать лояльность клиентов к компании. Это невозможно сделать без качественного сервиса.

В ходе теоретического анализа научной литературы по проблеме исследования были сделаны следующие выводы. Процесс обслуживания является неотъемлемой частью сервиса. Под обслуживанием понимается система полезных действий, трудовых операций, направленных на удовлетворение потребностей клиентов.

Качество обслуживания потребителей – это интегральный показатель, охватывающий совокупность логистических параметров (срок доставки, количество выполненных заказов, длительность цикла обслуживания, время ожидания постановки заказа на исполнение и т. п.). Совершенствование качества обслуживания является одной из важных задач предприятия сервиса.

Анализ качества обслуживания на предприятии показал, что этот показатель в ООО «Бриз» требует улучшения по ряду параметров как в парикмахерской, так и в банном комплексе.

В результате рекомендовано ООО «Бриз» провести комплекс мероприятий по повышению качества обслуживания за счет: использования современных каналов продвижения и обратной связи; внедрения системы мониторинга качества обслуживания; повышения эффективности использования основных фондов предприятия; обеспечения досуговой и развлекательной деятельности клиентов; изменения режима работы предприятия; совершенствования материально-технической базы предприятия; - расширения ассортимента услуг предприятия.

Таким образом, цель исследования достигнута, все намеченные задачи выполнены.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложен ряд рекомендаций, которые направлены на совершенствование качества обслуживания в ООО «Бриз». Данные рекомендации могут быть использованы различными предприятиями, оказывающими бытовые услуги.