

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Управление качеством обслуживания в современных фотостудиях
(на примере фотостудии «ИСО», г. Саратов)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ
студентки 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Левичевой Софии Сергеевны

Научный руководитель
Доцент, к.с.н., доцент

_____ М.С. Отнюкова

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

_____ Т.В. Черевичко

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы. В 90-х годах XX века научно-технические достижения в области электроники, лазерных и Интернет-технологий и их дальнейшее внедрение в процесс производства товаров и услуг, вызвало необходимость в поиске новых механизмов обеспечения конкурентоспособности предприятий. На уровень конкурентоспособности предприятия стали оказывать влияние такие факторы, как новизна товара и степень совершенства технологий. У предприятий появилась необходимость повышения конкурентоспособности за счет увеличения объемов производства и предоставления новых услуг и акций. Формирование эффективной системы продаж является одной из наиболее важных задач компании. Не соблюдая систему продаж в соответствии с соответствующим уровнем производства, невозможно достичь целей деятельности организаций. Стандарты качества становятся необходимы для адекватного управления качеством, при этом они постоянно меняются. То, что было приемлемо для потребителей в последние годы, может больше не пользоваться спросом в этом году. Ввиду этих фактов производители должны постоянно обеспечивать качество и управление на протяжении всего жизненного цикла продуктов. Для этого необходимо освоить соответствующие знания в области управления качеством и иметь обученных и квалифицированных специалистов. Многие менеджеры уже выполняют необходимые корректировки производства для соответствия последним стандартам. Это в полной мере доказывает важную роль качества продукции в развитии предприятия.

В деятельности современных фотостудий появление цифровых технологий существенно изменило структуру потребления фотоуслуг. Некоторые виды услуг перестали пользоваться спросом, например, фото на керамике или художественная фотография. Другие виды услуг получили широкое распространение, благодаря сети Интернет, например, оформление заказа на фотоуслуги через Интернет, изготовление сувениров с фотоизображениями и т.д. Значительно расширился ассортимент услуг, предлагаемых фотолабораториями, за счет появления так называемых

цифровых услуг, например, оцифровка изображения или цифровая обработка изображения. В связи с чем, соответствующее управление качеством обслуживания в современных фотостудиях позволяет повысить эффективность бизнеса, его конкурентоспособность и сформировать положительный имидж. При этом обеспечивать качество услуг нужно в соответствии требованиям закона, международных стандартов и спроса потребителей.

Методологической основой при написании бакалаврской работы послужили труды следующих авторов: Арзамасцева Н.В., Баринов В.П., Петухова С.В, Фризо М., Черняк В.З.

Арзамасцева Н.В. рассматривала маркетинговые инструменты привлечения клиентов в сфере услуг населению. Баринов В.П. исследовал в своем труде региональные проблемы управления и планирования сферы обслуживания. Петухова С.В. проводила анализ бизнес-планирования различных предприятий. История фотографии приводилась в работах Фризо М. Черняк В.З. с финансовой и статистической точки зрения проводил оценку бизнеса.

Целью бакалаврской работы является исследование управления качеством обслуживания в современных фотостудиях, а также разработка проекта по совершенствованию качества обслуживания фотостудии «ИСО», г. Саратов.

Данная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Изучить теоретические аспекты исследования качества обслуживания в современных фотостудиях;
2. Рассмотреть понятие «качество обслуживания», его структуру, показатели, критерии и специфику услуг фотостудий;
3. Проанализировать методы и инструменты оценки качества обслуживания фотостудий;
4. Провести исследование качества предоставления услуг фотостудии «ИСО»;

5. Охарактеризовать деятельность фотостудии «ИСО»;
6. Провести анализ обеспечения и оценку качества обслуживания фотостудии «ИСО»;
7. Разработать проект по совершенствованию качества обслуживания фотостудии «ИСО», составить цели, задачи, план-график;
8. Представить экономическую эффективность предложенных мероприятий, риски и бюджет проекта.

Объект бакалаврской работы - качество обслуживания современных фотостудий.

Предмет бакалаврской работы - совершенствование качества обслуживания в фотостудии «ИСО» г. Саратова.

Эмпирическая база бакалаврской работы включает в себя следующие методы:

- исследование организации фотостудии «ИСО»;
- контент-анализ отзывов потребителей услуг для выявления проблем качества обслуживания;
- анализ сайта для изучения предоставления полного спектра услуг фотостудии;
- анализ конкурентов;
- анкетирование посетителей;
- SWOT-анализ.

Практическая значимость исследования заключается в разработке проекта по совершенствованию качества обслуживания фотостудии «ИСО», которое можно реализовать на предприятия для повышения его конкурентоспособности и эффективности.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

Основное содержание бакалаврской работы. *Первая глава «Теоретические аспекты исследования качества обслуживания в современных фотостудиях»* посвящена изучению понятия «качество обслуживания», его структуры, показателей, критериев и специфики услуг фотостудий, рассмотрены основные методы и инструменты оценки качества услуг фотостудий

Услуга как экономическая категория выражает определенные экономические отношения; к ней применимы трактовки природы услуги как отношения с точки зрения положительного влияния потребляемого труда как деятельности. Иными словами, в сфере услуг нет перехода от формы деятельности к форме продукта, характерной для материального производства, и процесс производства услуг совпадает с процессом потребления.

В работе выясняется, что понятие «услуга» - это продукт конкретного труда или «благотворный эффект этого труда», выступающий потребительской ценностью, удовлетворяющей определенные потребности людей.

Рассмотрено определение фотостудии, которое представляет собой специальное помещение, оборудованное световой аппаратурой для проведения фотосъемок. Здесь могут быть предложены дополнительные услуги: ксерокопирование, сканирование документов – а также продажа сувениров, фоторамок, фотокниг.

Во второй главе «Исследование качества предоставления услуг фотостудии «ИСО», г. Саратов» автором приводится общая характеристика исследуемого предприятия и анализ обеспечения и оценки качества обслуживания фотостудии «ИСО», г. Саратов.

Чтобы лучше узнать удовлетворенность клиентами услуг компании был проведен опрос клиентов фотостудии «ИСО». Опрос проводился в иде анкетирования, в котором приняло участие 80 человек (26 мужчин и 54 женщины) на основе которого были выявлены следующие проблемы:

- нет услуг визажиста и костюмов;

- в помещении мало кондиционеров;
- некомпетентные работники фотостудии;
- сотрудники не всегда находят общий язык с клиентами.

Также был проведен анализ отзывов в интернете для полной картины о качестве обслуживания клиентов в фотостудии «ИСО», STEP-анализ и SWOT-анализ.

Главным преимуществом фотостудии «ИСО» по SWOT-анализ является широкий спектр услуг. Возможны планы по расширению спектра услуг в соответствии с динамично меняющимися потребностями потребителей.

По результатам анализа STEP был сделан вывод, что данный вид деятельности фотостудии во многом зависит от модных тенденций (запросы на оказание фотоуслуг могут часто меняться) и технологических новинок в сфере фотографии.

В современных экономических условиях и возрастающей конкуренции на рынке наибольшее внимание следует уделять маркетинговой политике и эффективности каждой отдельной маркетинговой деятельности.

Для фотостудии «ИСО» качественная и научно обоснованная маркетинговая политика должна стать фактором, обеспечивающим эффективность и успех всей компании и улучшающим услуги компании.

В рамках третьей главы «Проект по совершенствованию качества обслуживания фотостудии «ИСО», г. Саратов» выпускной квалификационной работы были разработаны цели, задачи, описаны мероприятия проекта, составлен план-график мероприятий, проведена оценка эффективности, рассмотрены риски и подсчитан бюджет проекта.

Для реализации цели проекта предложены следующие мероприятия:

1. Обучение сотрудников фотостудии коммуникативным навыкам общения с клиентами;
2. Оптимизация сайта;
3. Закупка и установка кондиционеров в помещении фотостудии;

4. Поиск и подбор визажиста для работы в фотостудии;
5. Закупка костюмов для фотосъемок.

Был представлен план-график и рассчитал бюджет предложенных мероприятий.

1. Обучение сотрудников стоит 12000 рублей. Исходим из того, что в организации три менеджера, тогда $12000 \times 3 = 36000$ рублей.

2. Улучшение сайта организации стоит 30000 рублей.

3. Закупка кондиционеров стоимостью 31990 в количестве 3 штук, еще фреоновых трасс по 1400 рублей, их потребуется 3 штуки, кронштейн 1900 рублей, тоже 3 штуки. Сумма затрат составит: $31990 \times 3 + 1400 \times 3 + 1900 \times 3 = 95970 + 4200 + 5700 = 105870$.

4. Для визажиста в финансовом плане необходимо в месяц выделить 20000, в год 24000 рублей. Но при этом стоит учесть страховые взносы с заработной платы сотрудника. Так как фотостудия считается ИП, то ставка на взносы будет 15 %.

Сумма страховых взносов на пенсионное страхование = 20 000 руб. * 10% = 2 000.00 руб.

Сумма страховых взносов на обязательное медицинское страхование = 20 000 руб. * 5% = 1 000.00 руб.

Сумма страховых взносов на обязательное социальное страхование = 20 000 руб. * 0% = 0 руб.

Сумма страховых взносов на страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний = 20 000 руб. * 0.2% = 40.00 руб.

Следовательно, при заработной плате в 20000 рублей, взносы составят: 3040 рублей в месяц. Итого: $23040 \times 12 = 276480$.

5. Закупка костюмов составит: $1500 + 3600 + 5000 + 8000 = 18100$

Чтобы реализовать предложенные мероприятия, необходимо 466450 рублей. Эффективность мероприятий: 95%.

Заключение. Итак, проведенный анализ управления качеством обслуживания в современных фотостудиях (на примере фотостудии «ИСО», г. Саратов), позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что фотостудия - специальное помещение, оборудованное световой аппаратурой для проведения фотосъемок. Здесь могут быть предложены дополнительные услуги: ксерокопирование, сканирование документов – а также продажа сувениров, фоторамок, фотокниг.

Фотостудия – это коммерческая организация, деятельность которой направлена на систематическое получение прибыли от реализации товаров, а также выполнения работ и оказания фотоуслуг.

Основные клиенты фотостудии – люди, которым необходимо быстро сделать фотографии по определенным параметрам, также блогеры и инфлюенсеры, семьи и пары, корпоративные и бизнес-клиенты, творческие личности и артисты, модные бренды и дизайнеры.

Теоретический анализ показал, что основные методы и инструменты оценки качества услуг фотостудий можно разделить на группы:

1.Объективная: открытое наблюдение, «пробная покупка», экспертное наблюдение.

2.Субъективная: критериальные, процессные, проблемные.

Важным методом является анализ жалоб. Благодаря жалобам, компания получает всю необходимую информацию об ошибках, неправильных действиях исполнителя.

Изменение образа жизни является важным стимулом для развития рынка фотографии, поскольку качественные фотоотчеты о путешествиях и хобби являются обязательным условием реализации идеи. Это увеличивает конкуренцию и поднимает общий уровень фотокультуры. Однако, с другой стороны, данная тенденция грозит появлением большого количества

неквалифицированных фотографов, предоставляющих некачественные фотоуслуги и не обладающих достаточными знаниями, что также снижает доверие целевых потребителей.

В рамках данного исследования было проанализировано качество предоставляемых услуг в фотостудии «ИСО» города Саратова. Фотостудия «ИСО» - это место, где можно сделать красивые и атмосферные фотографии. Деятельность фотостудии включает оказание услуг населению и продажу фотопродукции. Фотостудию «ИСО» можно охарактеризовать как: фотостудию, фотосалон, видеостудию, предоставляющие услуги фото и видеосъемки на выезде. Фотостудия «ИСО» предоставляет клиентам две основные услуги- фотосъемка со штатным фотографом студии и аренда студии для работы со своим фотографом.

Чтобы лучше узнать удовлетворенность услугами организации был проведен опрос клиентов фотостудии «ИСО». Опрос проводился в виде анкетирования, в котором приняло участие 80 человек (26 мужчин и 54 женщины). Респондентом в ответах необходимо было отметить да, если они согласны с утверждением, нет, если не согласны и не совсем, при таком ответе, они писали подробности.

На основе проведенного анкетирования было выяснено, что в ООО «ИСО» существуют некоторые проблемы, такие как:

- нет услуг визажиста и костюмов;
- в помещении мало кондиционеров;
- некомпетентные работники фотостудии;
- сотрудники не умеют общаться с клиентами.

Был также проведен SWOT-анализ, при котором было выяснено, что организация может столкнуться со следующими трудностями: отсутствие четкой стратегии, отсутствие у сотрудников образования по профессии. Но есть у организации и преимущества: индивидуальная поддержка каждого клиента, система скидок и широкий спектр услуг.

Главным преимуществом фотостудии «ИСО» является широкий спектр услуг. Возможны планы по расширению спектра услуг в соответствии с динамично меняющимися потребностями потребителей.

Также был проведен STEP-анализ фотостудии «ИСО» и было выяснено, что данный вид деятельности предприятия во многом зависит от модных тенденций (запросы на оказание фотоуслуг могут часто меняться) и технологических новинок в сфере фотографии.

Следует отметить, что в современных экономических условиях и возрастающей конкуренции на рынке наибольшее внимание следует уделять маркетинговой политике и эффективности каждой отдельной маркетинговой деятельности.

Для фотостудии «ИСО» качественная и научно-обоснованная маркетинговая политика должна стать фактором, обеспечивающим эффективность и успех всей компании и улучшающим их услуги.

Анализ отзывов посетителей сайтов показал, что у организации существуют следующие проблемы:

- некомпетентность сотрудников в фотостудии;
- сайт компании не адаптирован для просмотра на смартфонах.
- на сайте не сжаты фотографии, поэтому скорость загрузки страницы, увеличена;
- в помещении фотостудии недостаточно кондиционеров;
- не предоставляются услуги визажиста и костюмы.

Для решения данных проблем был разработан проект по совершенствованию качества обслуживания фотостудии «ИСО».

Главная цель проекта заключалась в следующем: разработка комплекса мероприятий, направленных на совершенствование качества обслуживания фотостудии «ИСО» г. Саратова.

Для реализации цели предложены следующие мероприятия:

6. Обучение сотрудников фотостудии коммуникативным навыкам

общения с клиентами;

7. Оптимизация сайта;
8. Закупка и установка кондиционеров в помещении фотостудии;
9. Поиск и подбор визажиста для работы в фотостудии;
10. Закупка костюмов для фотосъемок.

Было подсчитано, что для реализации предложенных мероприятий потребуется 76 дней, то есть 2,5 месяца. Чтобы реализовать предложенные мероприятия, необходимо 466450 рублей. Эффективность мероприятий: 95%.