

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия
наименование кафедры

**Исследование деятельности организации по оказанию персональных
услуг (на примере салона красоты «Элита»)**
наименование темы выпускной квалификационной работы

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента(ки) 5 курса 551 группы

направления 43.03.01 – Сервис

код и наименование направления (специальности)

Институт истории и международных отношений

наименование факультета, института, колледжа

Молоканчиковой Анастасии Алексеевны

Фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Темякова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.э.н. профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2016

Введение. Управление сервисом представляет собой достаточно сложный ступенчатый процесс, который содержит в себе изучение текущего положения дел на предприятии, анализ всех составляющих многочисленных процессов в сфере обслуживания, выявление точек их соприкосновения, проработку стратегии, доведение её до тех, кто напрямую работает с клиентами, создание системы мотивации и развития персонала и многое другое. Результатом деятельности руководящего звена должно быть развитие внутренней культуры, способствующей качественному обслуживанию, которое сформирует имидж организации.

На сегодняшний день управление сервисной деятельностью на предприятии представляет собой одну из главных функций маркетинга и всей коммерческой деятельности организации, поэтому тема, выбранная для исследования в работе, на основании вышеизложенного, является актуальной, а результаты, полученные в работе, могут быть использованы в практической деятельности предприятия.

Цель данной работы-на основе комплексного изучения теоретических аспектов исследования деятельности организации, оказывающей персональные услуги, проанализировать особенности организации обслуживания клиентов в салоне красоты «Элита» и предложить мероприятия по его совершенствованию. Из цели вытекают следующие задачи:

1. изучить понятие организации обслуживания клиентов;
2. рассмотреть классификацию услуг парикмахерских и салонов красоты;
3. определить психологические аспекты взаимодействия с клиентом;
4. проанализировать соблюдение правовых требований к персональным услугам салона красоты «Элита»;
5. рассмотреть особенности организации обслуживания клиентов салона красоты «Элита» при предоставлении персональных услуг;

б. предложить пути совершенствования обслуживания в салоне красоты «Элита».

При разработке методологических оснований исследования использовались следующие группы источников:

- работы отечественных и зарубежных социологов и теоретиков;
- статьи в области оказания гостиничных услуг;
- нормативные документы и профессиональные стандарты. Научной литературы по данной теме недостаточно.

В работе были использованы как научная литература, так и нормативно правовые акты, такие как: ГОСТ Р 50646-2012¹. Национальный стандарт Российской Федерации. «Услуги населению. Термины и определения»; «ОК 002-93². Общероссийский классификатор услуг населению»; «Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические условия. ГОСТ Р 51142-98»³ и т.д.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что автором исследован и обобщен материал по организации и повышению качества потребительских услуг в секторе бытового обслуживания населения.

Работа состоит из введения, 2 глав, которые, в свою очередь, делятся на подглавы, заключения и списка использованных источников.

Первая глава посвящена выявлению места услуг парикмахерских и салонов красоты в системе персональных услуг, кроме того приводится классификация услуг и салонов красоты, а также анализируются

¹ ГОСТ Р 50646-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. «Услуги населению. Термины и определения» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 № 1612-ст) // М.: Стандартинформ, 2014; официальное издание

² «ОК 002-93. Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 N 163) (ред. от 17.10.2013) // М.: «Издательство стандартов», 1994; официальное издание.

³ «Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические условия. ГОСТ Р 51142-98» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 02.03.1998 № 31) (ред. от 22.07.2003) // М.: ИПК Издательство стандартов, 1998; официальное издание

психологические аспекты взаимодействия с клиентом при предоставлении услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Во второй главе исследуется деятельность салона красоты «Элита» по предоставлению персональных услуг, анализируется степень соблюдения правовых требований к персональным услугам, выявляются особенности организации обслуживания клиентов салона красоты «Элита» и разрабатываются предложения по совершенствованию обслуживания в салоне красоты «Элита».

Основное содержание работы. Сфера обслуживания в России, несмотря на различные экономические и общественные всплески, поднимается уровень за уровнем. Этому способствует не только физическое увеличение численности предприятий бытового обслуживания, но и улучшение качества оказываемых услуг. В данной области появляются настоящие профессионалы, мастера своего дела с огромным, в том числе международным, опытом. Расширяется база постоянных клиентов (как физических, так и юридических лиц). Изменяется менталитет и позиция потребителей услуг, который начинают доверять специалистам в сфере обслуживания свои бытовые дела. Поэтому вместе со всей сферой обслуживания, расширяется и увеличивается доля парикмахерских услуг на российском рынке.

Парикмахерские услуги четко классифицируются благодаря наличию и действию двух правовых документов: государственного стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 51142-98 и Общероссийского классификатора услуг населению ОК 002-93⁴. Они позволяют выделять различные типы предприятия, оказывающих парикмахерские услуги населению, и с помощью них мы можем самостоятельно относить

⁴ «ОК 002-93. Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 N 163) (ред. от 17.10.2013) // М.: «Издательство стандартов», 1994; официальное издание.

конкретное заведение к определенному виду, что нам понадобится при построении второй части бакалаврской работы.

Психологический аспект играет важную роль в организации работы любого предприятия сферы услуг. По отношению к парикмахерским заведениям, клиент пока ему оказывают услугу находится все это время в салоне. Поэтому для него могут быть важны и учтивость мастера, разговоры на различные темы, музыка в помещении, где он находится, чистота и порядок на рабочем месте сотрудника, общий интерьер и экстерьер парикмахерской. И это достигается как с использованием стандартизированных технологий, так и при индивидуальном подходе к каждому человеку.

В работе был проведен анализ салона красоты «Элита» по предоставлению персональных услуг, а именно характеристика хозяйственной деятельности салона красоты.

Салон красоты «Элита» – это типичный представитель салонов среднего уровня, устанавливающий возможность оказания парикмахерских и косметических услуг в комбинированной форме стационарным способом, подходящий к смешанному определению клиентской базы, предоставляющий услуги с помощью современного оборудования и новейших косметических средств высокого качества.

Салон красоты «Элита» является серьезным представителем рынка парикмахерских и косметических услуг в связи с продолжительным временным пребыванием на этом рынке, что говорит не только о стабильности существования, но и о наработанной за долгие годы преданной клиентской базы.

Отличительной особенностью салона красоты «Элита» является наличие собственного обучающего учреждения. Как сказал директор салона Федоров Олег Геннадьевич: «Салон красоты «Элита» – не только салон красоты, но еще и школа, в которой практикуются ученики». Соответственно, данная особенность позволяет салону находиться в

постоянном кадровом тонусе. Молодые специалисты обучаются навыкам парикмахерского искусства, а уже состоявшиеся мастера становятся наставниками и делегатами передачи бесценного опыта. Но и также усовершенствование навыков штатных сотрудников салона «Элита» не менее одного раза в год становится моментом, доказывающим возможность решения мастерами салона самых сложных парикмахерских/косметических задач. Дополнительно сотрудники салона проходят обучение и усовершенствование навыков и знаний по определению различных болезней кожи и волос для соблюдения всех условий безопасности при тактильном контакте.

Важным элементом в деятельности салона красоты «Элита» является подход к организации работы и предоставлению услуг своим клиентам. Стремление салона соответствовать не только салону среднего уровня, но и, по возможности, салону высшего класса, способствует использованию в работе современных технологий обслуживания, новейшего оборудования и косметики класса «Люкс». Конечно, это приводит к определенному повышению цены за предоставляемые услуги. Однако, повышается и качество данных услуг.

Также салон красоты «Элита» представляет собой заведение смешанного типа. Причем, парикмахерские и косметические услуги оказываются не только женщинам и мужчинам, но и детям. Родители могут привести своих детей в салон и заказать для своих чад весь спектр услуг, в том числе создание сложных художественных образов и причесок, например, на классические (Новый год) и ставшие популярными в современной действительности праздники (Хэллоуин). Родители во время ожидания при оказании услуг своим детям могут отдохнуть на удобных креслах в фойе салона за чашкой кофе или чая в сопровождении ненавязчивой музыки и тематической литературы.

Таким образом, салон красоты «Элита» в результате повсеместного заполнения рынка большим числом различных парикмахерских и наличия во

всех таких заведениях необходимого стандартизированного оборудования (стулья-кресла, ванночки, фены, сушилки и прочее) практикует и реализует схожие с другими салонами принципы деятельности – стремление удовлетворить потребности разнообразных клиентов, расширить свою клиентскую базу, соответственно, получить наивысшую прибыль. Однако, ключевой вопрос: с помощью чего? С помощью каких элементов и нюансов любой салон по оказанию парикмахерских и косметических услуг привлечет новых клиентов и сделает их постоянными? В этом и заключаются особенности работы парикмахерской. Салон красоты «Элита» обладает рядом таких особенностей, как самостоятельное соответствие в интерьере помещений художественному стилю хай-тек, как наличие мастеров высокого класса, как стремление персонала установить продуктивный диалог с клиентом для полноценного удовлетворения потребности последнего, как установления дополнительных сервисных позиций для клиентов, как наличие школы для обучения нынешнего и будущего персонала салона. Но не все такие нюансы используются в салоне красоты «Элита» максимально, что создает плацдарм дальнейшего использования возможностей для развития и совершенствования салона.

Анализ внутренних документов, глубинное интервью с руководством салона красоты «Элита», включенное стандартизированное наблюдение – это все методы, которые позволили нам накопить необходимую первичную и вторичную информацию о парикмахерской «Элита», ее деятельности и особенностях организации работы. Мы выяснили, что «Элита» располагает достаточным потенциалом, часть которого всецело используется, но другая часть – не реализуется по разным причинам. И в текущем разделе бакалаврской работы нам необходимо выяснить и систематизировать теоретические и практически полученные данные для составления конкретных рекомендаций совершенствования обслуживания клиентов салона «Элита». Для выполнения этой задачи прибегнем к такому качественному методу, как SWOT-анализ, который позволит нам

структурированно проанализировать уязвимые места салона красоты «Элита», определенные преимущества салона, а также возможности и угрозы внешней среды для исследуемой компании.

Соответственно, из результатов SWOT-анализа салона красоты «Элита» можно выделить систематизированные предложения по совершенствованию обслуживания клиентов салона:

1. Увеличение информированности клиентов о деятельности салона красоты «Элита» с помощью создания сайта салона: салон красоты «Элита» представлен практически во всех популярных в России социальных сетях («ВКонтакте», «Instagram» и «Facebook»), однако не имеет собственного сайта, что ослабляет его позиции по отношению к основным конкурентам в своем классе (у многих сайт имеется) и сужает спектр охвата целевой аудитории (многие клиенты не имеют собственных страничек в различных социальных сетях). Создание сайта и мониторинг за его своевременным наполнением (как и за размещением контента в социальных сетях) является важной современной составляющей деятельности салона, по многим параметрам относящегося к классу «Люкс».

2. Размещение в помещениях филиалов салона «Элита» небольших точек по продаже средств по уходу за кожей и за волосами (если возможно такое сравнение, то как нахождение аптеки в помещении поликлиники). В результате долгих лет деятельности на рынке в салоне нарабаталась не только значительная клиентская база, но и появились слаженные партнерские отношения с поставщиками необходимых материалов и оборудования. Соответственно, организация своеобразного косметического магазина в помещении салона «Элита» вполне возможна и даже необходима.

3. Совершенствование системы предварительной записи на получение услуг: для салона красоты «Элита», как салона среднего уровня, важным критерием является возможность клиентом за одно посещение получить весь спектр услуг парикмахерской. Данный критерий выполняется, однако имеет определенные сложности в моменты спонтанного решения клиента уже в

салоне получить не одну, а несколько услуг, ведь расписание многих мастеров составляется по предварительным записям. Поэтому необходимо совершенствовать эту систему путем не просто записи на услугу по телефону, а в том числе и с помощью консультирования клиента на предмет возможного желания получить и другие услуги. Применительно к электронной записи необходимо добавить к полю «Выбор услуги» специальные поля (например, «Выбор дополнительных услуг, которые Вы, вероятно, захотите получить в салоне»).

4. Создание дополнительной сервисной позиции в виде парковки для клиентов: данная опция может рассматриваться только для постоянных клиентов салона. В помещении салона клиенты могут находиться длительное время, поэтому наличие парковки рядом с салоном способствует спокойному пребыванию клиентов в парикмахерской. Причем для всех филиалов салона имеется реальная территориальная возможность создания собственных парковочных мест.

5. Целенаправленное расширение новых филиалов салона «Элита» от центра Саратова: салон красоты «Элита» становится узнаваемым брендом, что предопределяет возможность охвата этим брендом не только центра города Саратова, но и его отдаленных районов (в том числе, и выход на энгельский рынок оказания парикмахерских и косметических услуг). Филиалы в новых географических местах еще больше расширят клиентскую базу салона «Элита».

6. Реализация салоном красоты «Элита» новых форм прогрессивного обслуживания клиентов: комбинированная форма обслуживания, которая в данный момент является основной и единственной формой оказания услуг в «Элите», является хорошим вариантом осуществления деятельности. Однако, дальнейшая оптимизация работы как для салона, так и для его клиентов, возможна не только физическим увеличением филиальной сети, но и альтернативностью обслуживания клиентов. У салона красоты «Элита» есть

все необходимые ресурсы осуществления обслуживания «на дому» и выездного обслуживания, а также реализация абонементного обслуживания.

7. Создание в помещении салона специализированной зоны ожидания для детей: это могут быть небольшие по размерам пространства с маленькими стульями, столиками, с тематическими кубиками и лесенками с карандашами и маркерами для рисования и разукрашивания. Зачастую родители приходят в салон со своими детьми, и для того, чтобы мамам и папам постоянно не переживать о том, насколько скучно их детям во время ожидания, целесообразно создание таких зон именно для детей, где они могут проявить свою активность и заняться понравившимися вещами.

Таким образом, мы с помощью различных методов исследования и сбора информации полноценно и структурированно изучили салон красоты «Элита» не только как типичного представителя среди предприятий по оказанию парикмахерских и косметических услуг, но и как своеобразного, уникального салона с присущими ему потенциалом, недостатками и возможностями. Важно усвоить, что конкуренция в данной сфере колоссальна, и на первый план выходит умение парикмахерских оперировать имеющимися ресурсами и нивелировать разнообразные угрозы. Что касается салона красоты «Элита», то у него есть весомые конкурентные преимущества, всецелая реализация которых позволит долгое время удерживать позицию одного из лучших салонов в городе в соответствующей категории.

Заключение. Управление сервисом достаточно сложный многоярусный процесс, который требует понимания текущей ситуации, анализа всех частей многочисленных цепей процессов обслуживания, изучения их взаимосвязей, создания стратегии, доведения её до тех, кто непосредственно работает с клиентами, применения системы мотивации и развития персонала и многого другого. Результатом деятельности руководителей должно быть развитие корпоративной культуры, способствующей качественному сервису, который положительно отражается на имидже организации.

Возросшая конкуренция предполагает соблюдение достаточно строгих требований по качеству обслуживания, чтобы обеспечить основные условия, которые доступны для обслуживания клиентов, качество, безопасность и культуру обслуживания, профессионализм.

Один из основных способов получить конкурентное преимущество в организации потребительского рынка - это обслуживание. Независимо от сферы деятельности компании качественное обслуживание – это единственное стратегическое решение, позволяющее опередить конкурентов.

В условиях рыночных отношений и ожесточенной конкуренции, нужно постоянно совершенствовать деятельность компании в сфере обслуживания. Обеспечение качественного обслуживания позволяет привлечь больше клиентов, увеличить продажи товаров, повысить доходы, а следовательно, и конкурентоспособность организации.

Было установлено, что основным моментом в конкурентной борьбе предприятий сферы сервиса является высокое качество обслуживания населения. Качество обслуживания — это совокупность потребительских свойств бытовых услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей, как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания. Следовательно, качество сервиса определяет ассортимент продуктов и услуг; затрачиваемое на производство услуг время; формы обслуживания; качество выполнения работы; степень удобства и уровень культуры в конкретной зоне обслуживания.

Сроки обслуживания являются важным показателем деятельности любого сервиса компании. Сокращение сроков хорошо влияет на уровень обслуживания населения, на эффективность работы фирмы. Сокращение срока оказания услуги уменьшает потребность в оборотных средствах, ускоряет их оборачиваемость, дает возможность увеличивать объем реализации услуг при данном оборудовании и производственных площадях, тем самым повышает прибыльность. Сокращение сроков исполнения услуги

является одним из важнейших элементов достижения конкурентоспособности предприятий сферы сервиса.

Профессиональная этика работников сферы обслуживания выступает как важнейший элемент культуры обслуживания и часть психологии сервиса. К составляющим профессиональной этики относятся внешний вид работника, непосредственно обслуживающего заказчика, тактичность и вежливость. Основные пути повышения этики обслуживания заказчика — профориентация, подбор, подготовка и переподготовка кадров, воспитательная работа с людьми, экономическое стимулирование работников.

Таким образом, с помощью различных методов исследования и сбора информации полноценно и структурированно был изучен салон красоты «Элита» не только как типичный представитель среди предприятий по оказанию парикмахерских и косметических услуг, но и как своеобразный, уникальный салон с присущим ему потенциалом, недостатками и возможностями. Важно усвоить, что конкуренция в данной сфере колоссальна, и на первый план выходит умение парикмахерских оперировать имеющимися ресурсами и нивелировать разнообразные угрозы. Что касается салона красоты «Элита», то у него есть весомые конкурентные преимущества, всецелая реализация которых позволит долгое время удерживать позицию одного из лучших салонов в городе в соответствующей категории.