

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование сервисного обслуживания в стоматологической
клинике (на примере стоматологии «Артсмайл» г. Саратова)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 551 группы
направления 43.03.01 Сервис
Института истории и международных отношений

Савинковой Дианы Алексеевны

Научный руководитель

доцент, к.э.н.
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Иванова
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2023

Введение

Последние несколько лет в сфере стоматологических услуг активно обсуждается проблема сервисного обслуживания. Несмотря на квалифицированных врачей и большой спектр услуг стоматологий, многие прогорают и закрываются, так как для клиентов важна не только хорошо выполненная услуга, но и качество обслуживания. Поэтому в настоящее время руководители стоматологий стараются повысить престиж и конкурентоспособность клиник через высокое сервисное обслуживание.

Опыт современных исследователей (К. Е. Груздева «Процесс сервисного обслуживания и пути его совершенствование», Р. В. Котунов «Обслуживание клиентов как конкурентное преимущество», М. Б. Понявина «Ключевые факторы, влияющие на лояльность потребителей») подтверждает, что одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятия сервиса является улучшение качества обслуживания. Анализ научных трудов позволил выделить направления, изучающие качество сервисного обслуживания в организациях, влияние конкуренции на обслуживание клиентов и пути совершенствования сервисного обслуживания за счет развития лояльности среди клиентов (Груздева К.Е., Буйленко В. Ф., Свириденко Ю.П., Фридеманн В. Н.) и исследующие процесс сервиса в стоматологии, управление клиентами, повышение их лояльности, взаимодействие врача и пациента, их психология и влияние (Бойко В. В., Манн И. А., Понявина М. Б., Шеметова Е. В.). Важным направлением в рамках указанной темы являются труды Бойко В. В. в которых проанализировано сервисное обслуживание в стоматологических клиниках, приведены взаимодействия пациента и врача, психология пациентов и способы улучшения обслуживания клиентов.

Актуальность ВКР определена условиями огромного соперничества на рынке стоматологических услуг, необходимо развитие стратегий обслуживания для привлечения большего количества пациентов, повышение уровня сервиса стоматологической клиникой будет являться самым

надежным методом достижения желаемого результата и конкурентоспособности клиники.

В качестве анализируемого объекта в работе рассматривается сервисное обслуживание в стоматологической клинике ООО «Артсмайл». Предмет исследования – процесс сервисного обслуживания в стоматологической клинике ООО «Артсмайл».

Цель дипломной работы – исследование процесса сервисного обслуживания в сфере стоматологических услуг и разработка мероприятий по совершенствованию сервисного обслуживания предприятия ООО «Артсмайл».

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- Изучить основы процесса обслуживания клиентов;
- Изучить специфику сервисного обслуживания в сфере стоматологических услуг;
- Исследовать рынок стоматологических услуг в г. Саратов;
- Проанализировать деятельность стоматологической клиники ООО «Артсмайл»;
- Изучить процесс сервисного обслуживания клиентов в стоматологической клинике ООО «Артсмайл»;
- Разработать мероприятия по совершенствованию сервисного обслуживания в стоматологической клинике ООО «Артсмайл»;
- Проанализировать эффективность предлагаемых мероприятий по совершенствованию сервисного обслуживания клиентов в стоматологической клинике ООО «Артсмайл».

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы исследования:

1. Анкетирование
2. SWOT-анализ
3. Метод включенного наблюдения
4. Выявление сильных и слабых сторон стоматологии

5. Анализ конкурентов 7-р

Теоретическая значимость работы определяется тем, что результаты обобщения и систематизации классических и современных трудов отечественных и зарубежных ученых в области сервисного обслуживания, сервиса, теории конкуренции и потребительской лояльности, в дальнейшем могут использоваться на изучении дисциплин «Сервисная деятельность», «Маркетинг в сервисе», «Стратегии конкурентоспособности сервисных предприятий», «Инновации на предприятиях сервиса», а так же при написании курсовых, выпускных квалификационных работ.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенные рекомендации, направленные на улучшение процессов сервисного обслуживания стоматологии, могут быть применены самой стоматологией «Артсмайл» и использованы в практике функционирования.

Структурно бакалаврская работа состоит из введения, 3-х глав, заключения, списка литературы и источников.

Первая глава отражает основные теоретические понятия, относящиеся к сервисной деятельности. В данной главе также описана специфика сервиса в стоматологиях, а именно признаки, отличающие услугу от товара, виды стоматологических услуг по разным признакам, работа стоматологических услуг во время санкций.

Во второй главе проанализирован рынок стоматологических услуг в г. Саратов, приведена характеристика и особенности деятельности стоматологической клиники ООО «Артсмайл», существующей системе сервисного обслуживания в стоматологии, дан анализ конкурентов, рассмотрена финансовая деятельность клиники за 2021-2022 г. Также было проведено и анализировано анкетирование среди пациентов стоматологической клиники «Артсмайл» за период 20.03.2023-20.04.2023.

В третьей главе приведен SWOT-анализ организации, проанализированы сильные и слабые стороны, на основании этих данных предложены мероприятия по совершенствованию сервисной деятельности

стоматологической клиники «Артсмайл» и рассмотрена их эффективность.

В заключении подведены итоги и сделаны выводы по существующему состоянию предприятия.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Сервис - это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями. Сегодня важно не само предложение того или иного изделия (товара, услуги), а субъективный способ его восприятия, то есть потребление услуг (сервисное сопровождение) начинает преобладать над потреблением разнообразных материальных благ. В условиях рыночных отношений запросы клиентов постоянно меняются и необходимость выживания в конкурентной борьбе объективно ужесточают требования относительно культуры сервиса, удобств, времени и форм обслуживания, приемлемых цен.

Обеспечение высокого качества сервисного обслуживания клиентов является одной из действенных форм участия предприятия сферы услуг в конкурентной борьбе на потребительском рынке и формирования его устойчивых конкурентных преимуществ. Сервисное обслуживание клиентов – это последовательность активных действий, направленных на повышение удовлетворенности клиентов, т.е. это формирование у клиента ощущения, что товар или услуга соответствуют ожиданиям клиента.

Понятие «обслуживание» близко к понятию «услуга». Однако, если услуга сосредоточивается на самой сущности отношений между потребителем и производителем, то обслуживание трактует эти отношения как поэтапный процесс, имеющий свою структуру, приобретающий растянутый по времени характер. Процесс обслуживания покупателей - это совокупность операций, выполняемых работниками организации при продаже товаров или услуг. Он должен быть организован так, чтобы клиенты могли приобрести все желаемые товары или услуги с наименьшими

затратами времени и наибольшими удобствами.

Факторы, при которых сервисное обслуживание становится неэффективным:

1. Услуги не удовлетворяют потребности клиента;
2. Модель клиента не включает в себя потребности клиента;
3. Услуги, предлагаемые клиенту, оказываются хуже, чем представления об услугах, имеющиеся у клиента;
4. Модель клиента не включает в себя представления клиента об услугах.

В настоящее время сфера услуг быстро развивается, на рынке появляются все больше новых организаций, которые вынуждены между собой за клиентов. Конечная цель всякой фирмы - победа в конкурентной борьбе.

Под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик услуги, определяющих ее успех на рынке, то есть преимущество именно этого товара или услуги над другими в условиях широкого предложения конкурирующих услуг/товаров-аналогов.

Исследования показывают, что главной причиной того, удостоит ли клиент своим посещением предприятие обслуживания еще раз или нет, является хорошее или плохое обслуживание, ему предоставленное. Таким образом, чтобы клиент возвращался в организацию снова и снова, нужно повышать его лояльность к данной компании. Под лояльностью подразумевается положительное отношение потребителей в отношении всего, что касается деятельности организации, продуктов и услуг, производимых, продаваемых или оказываемых организацией и что касается персонала компании, имиджа организации, торговых марок и логотипа. Повышение лояльности потребителя строится на постоянном изучении потребителя, понимании его специфики и особенностей предпочтений, разработке удобных схем обслуживания. Наличие такой лояльности, то есть благоприятного отношения потребителей к данной компании, продукту и

является основой для стабильного объёма продаж. Что в свою очередь является стратегическим показателем успешности компании.

Исследования показывают, что в период с 2018 по 2020 гг. произошло снижение уровня потребления стоматологической помощи из-за COVID-19. В 2021 году объем рынка платных стоматологических услуг частично восстановился и составил 77,7 млн приемов за год. В 2022 году объем рынка коммерческой стоматологии в России сократился на 8,2%: с 77,7 до 71,3 млн приемов. Снижение спроса произошло из-за взлета цен на стоматологию и частичного оттока платежеспособных клиентов из страны. Геополитическая напряженность в 2022 году привела к усложнению логистики, нестабильности курсов валют, сложностям с оплатой поставок через ряд российских банков, оттоку бизнеса и населения за границу.

В качестве анализируемого объекта в работе рассматривается стоматологическая клиника ООО «Артсмайл». Стоматология предоставляет услуги взрослой стоматологии: лечение и протезирование в полном объеме диагностика, эстетическая реставрация, имплантация, пародонтология, отбеливание зубов, профессиональная гигиена полости рта. ООО «Артсмайл» является небольшой частной стоматологической клиникой, оказывающий различный спектр стоматологических услуг.

Структура управления стоматологии – линейная. Предусматривает прямое и непосредственное подчинение одного или группы рабочих единому руководителю, который получает указания непосредственно от выше стоящего начальства. Элементами структуры управления ООО «Артсмайл» являются генеральный директор, заместитель, администраторы, штат стоматологов, штат медсестёр, бухгалтер, уборщица.

Анализ финансовой деятельности стоматологической клиники ООО «Артсмайл» проводится по данным внутренней корпоративной отчетности, предоставленной за 2021 – 2022 гг.

В сравнении за 2021 и 2022 год видно, что выручка организации возросла на 106.894 рублей в месяц в среднем, при этом увеличилась

стоимость расходов на материалы и хозяйственные нужды из-за санкций, также повысилась заработная плата сотрудников. Наибольшей тратой является заработная плата персоналу ежегодно она составляет примерно 50% всех расходов, также повысилась оплата налогов, а бюджет на рекламу не изменился (15 000 руб. в месяц). На основании чего можно сделать следующие выводы: за анализируемый период отмечается рост выручки на 20% (106 894 руб.) в месяц, расходы увеличились на 13,2 % ежемесячно, а прибыль выросла на 31,6%, стоимость закупки расходных материалов увеличилась из-за увеличения курса евро, доллара, введения санкций и сложностей достать необходимые материалы.

Для проведения исследования процесса сервисного обслуживания в стоматологии «Артсмайл» было проведено анкетирование среди клиентов клиники. Результаты опроса показали, что пациентам неудобно узнавать интересующие вопросы по телефону, они хотели бы иметь доступ к сайту или социальным сетям, чтобы в любое свободное время самостоятельно ознакомиться с услугами клиники. Также их интересует система лояльности, с помощью которой они смогут экономить свои деньги, при этом станут чаще выбирать именно «Артсмайл», будут становиться постоянными клиентами стоматологии, что выгодно для клиники. Из плюсов пациенты отмечают удобное местоположение, средние цены на производимые услуги, качественное обслуживание персонала и медицинских работников.

По результатам включенного наблюдения, были выделены недостатки в деловых телефонных разговорах с клиентами, непрофессиональное или некорректное общение со стороны администраторов может отталкивать потенциальных клиентов и отсутствие должностных инструкций, из-за чего работники не понимают свою сферу ответственности и не имеют должного понимания в выполняемых функциях. Из достоинств можно выделить работу врачей-стоматологов. Им удается расположить к себе пациентов, снять напряжение и качественно выполнять свою работу. Несмотря на приведенные выше недостатки, сервисное обслуживание в стоматологии находится на

достойном уровне. Администраторы вежливо общаются с клиентами, предлагают чай или кофе, пациент ожидает своего приема в комфортной зоне с ненавязчивой музыкой.

Вид мероприятий, которые мы предлагаем внедрить для устранения недостатков и повышения конкурентоспособности стоматологической клиники:

- Введение в номенклатуру новой услуги
- Создание сайта
- Ведение социальной сети «Вконтакте»
- Закупка баннерной рекламы и рекламы на радио
- Создание должностных инструкций
- Улучшение телефонного этикета

Рекомендации по совершенствованию сервисного обслуживания в стоматологической клинике ООО «Артсмайл»

Проблема	Путь решения
Низкая конкурентоспособность, небольшой, слабо развивающийся поток клиентов	Внедрение в номенклатуру услуги детской стоматологии
Устарелый способ связи с клиентами	Создание сайта
Слабая узнаваемость клиники	Создание и ведение страницы в социальной сети «Вконтакте»
Низкая заинтересованность новых клиентов в услугах стоматологии	Создание бонусной программы лояльности
Малый поток новых клиентов	Закупка рекламы на радио и баннерах
Низкое сервисное обслуживание в телефонных переговорах	Обучение телефонному этикету сотрудников зоны ресепшен
Низкое понимание должностных обязанностей сотрудниками стоматологии	Создание должностных инструкций

Реализация всех предложенных мероприятий позволит стоматологической клинике ООО «Артсмайл» повысить сервисное обслуживание, стать более конкурентоспособными и привлечь новый поток клиентов.

Создание сайта, социальных сетей повысит уровень сервиса в стоматологии, так как клиенты смогут быстрее удовлетворить свои потребности, узнать нужную информацию и записаться на прием буквально в

2 клика. Все это повышает лояльность клиентов, а бонусная система будет еще больше их стимулировать на повторные покупки.

Закупка различной рекламы, создание новой услуги поможет клинике повысить конкурентоспособность, выделиться на фоне других стоматологических клиник и привлечь новых клиентов, что принесет большую прибыль компании.

Создание должностных инструкций и обучение телефонному этикету повысит уровень сервисного обслуживания в стоматологии «Артсмайл».

Выработанные рекомендации позволят стоматологии привлекать новых клиентов и удерживать их, ведь взаимодействие клиники и клиента станет намного быстрее и современнее. Источниками финансирования предложений будут прибыль компании.

Заключение

В условиях высокой конкуренции на рынке стоматологических услуг города Саратов, потребитель становится все более избирателен, при условии выбора лечения в той или иной стоматологической клинике. Поэтому клиникам, для того чтобы сформировать, сохранить и повысить лояльность своего потребителя, привлекать новых клиентов необходимо находить все новые способы взаимодействия и повышать их, прислушиваться к быстроменяющимся запросам и вовремя удовлетворять их, применять в комплексе обслуживания современные технологии и рекламу. Постоянный поиск новых способов обслуживания может дать стоматологической клинике «Артсмайл» конкурентное преимущество перед другими клиниками.

Проведение всех предложенных мероприятий является серьезным этапом развития сервисного обслуживания в стоматологической клинике ООО «Артсмайл».

В результате исследования удалось выявить недостатки в продвижении и сервисном обслуживании клиники. Рост клиентской базы очень незначительный, отсутствует лояльность со стороны клиентов, поэтому мы

предлагаем продвигать стоматологию через социальную сеть «Вконтакте», запустить собственный сайт, также рекламироваться на разных площадках и развивать новую услугу - детскую стоматологию.

Таким образом, с внедрением данных рекомендаций стоматологическая клиника ООО «Артсмайл» повысит сервисное обслуживание, сможет стать конкурентоспособной, получит большой приток новых клиентов и повысит их лояльность и доверие к клинике.