

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024  
г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

43.03.01 «Сервис» 43.03.01.31 «Сервис в торговле»

тема

«Повышение эффективности сервисной деятельности предприятия»

Руководитель \_\_\_\_\_ профессор, д-р экон. наук С.А. Жиронкин  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы,  
фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ ЭУ20-01БСТ Е. А. Жуков  
подпись, дата группа инициалы,  
фамилия

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ профессор, д-р экон. наук Ю.Ю. Сулова  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы,  
фамилия

## Содержание

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты сервисной деятельности предприятия .....	5
1.1 Сущность и виды эффективности сервисной деятельности.....	5
1.2 Факторы эффективности сервисной деятельности предприятия .....	15
1.3 Показатели эффективности сервисной деятельности предприятия .....	22
2. Анализ эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз»	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.1 Общая характеристика ООО ТД «АбаканАвтогаз»	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.2 Анализ структуры и динамики прибыли предприятия ООО ТД «АбаканАвтогаз».....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2.3 Анализ показателей эффективности сервисной деятельности предприятия ООО ТД «АбаканАвтогаз».	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3. Обоснование рекомендаций по повышению эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз» .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.1 Рекомендации по повышению эффективности сервисной деятельности предприятия ООО ТД «АбаканАвтогаз».	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.2. Экономическое обоснование мероприятий по повышению эффективности сервисной деятельности.	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Заключение .....	29
Список использованных источников .....	32
Приложение А- Бухгалтерский баланс .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Приложение Б- Отчет о финансовых результатах	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## Введение

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что по числу людей, занятых в сфере сервиса, и размерам вклада в национальный доход сервисные направления деятельности в развитых странах не только вышли на уровень материального производства, но и превзошли его.

Жизнедеятельность современного человека основана на потреблении товаров и услуг. Их создание, производство и распределение обеспечивают удовлетворение потребностей людей и динамичное развитие экономики страны.

В сферу сервиса включаются разнообразные виды деятельности, которые в целом определяют качество жизни и уровень духовных ценностей общества. Общепринято определять сферу сервиса в широком смысле этого понятия, относя к ней виды деятельности по оказанию услуг, направленных как на обеспечение функционирования производственной и социальной сферы в целом, так и непосредственно на нужды домашнего хозяйства, семьи и личности.

Цель выпускной квалификационной работы – разработать и предложить направления по повышению эффективности сервисной деятельности предприятия.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность и виды эффективности сервисной деятельности;
- описать факторы эффективности сервисной деятельности;
- раскрыть показатели, характеризующие эффективность сервисной деятельности предприятия торговли;
- охарактеризовать деятельность предприятия ООО ТД «АбаканАвтогаз»;
- провести анализ структуры и динамики прибыли ООО ТД «АбаканАвтогаз»;

- проанализировать показатели эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз»;

- разработать мероприятия по повышению эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз»;

- дать оценку эффективности предложенных мероприятий.

Объектом исследования является предприятие ООО ТД «АбаканАвтогаз».

Предметом исследования является эффективность сервисной деятельности предприятия.

Теоретической основой написания работы являются законодательные и нормативные акты Российской Федерации и ее субъектов; труды экономистов по изучаемым вопросам (Ж.А. Романович, С.Д. Калачев и других); публикации в периодической печати; материалы научных конференций; результаты собственных исследований

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 51 стр. Список использованных источников включает в себя 31 источник.

# **1 Теоретические аспекты сервисной деятельности предприятия**

## **1.1 Сущность и виды эффективности сервисной деятельности**

Сервисная деятельность — это вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг. Реализация сервиса осуществляется через сферу услуг с ее наиболее развитым компонентом — сферой обслуживания [22].

Цель сервисной деятельности — удовлетворение потребностей населения в услугах. Услуга является целенаправленной деятельностью исполнителя услуги, обеспечивающей удовлетворение конкретной потребности индивидуального заказчика [13].

Важной особенностью услуги является полезное действие для потребителя, причем это действие может оказывать как живой труд (нематериальная услуга), так и труд, овеществленный в осязаемом продукте. В этом и состоит принципиальное назначение услуг, их общественная функция — непосредственное обслуживание населения, создание комфортных условий жизнедеятельности: в транспорте, в общественных местах, во время отдыха.

Грамотно спроецированный на общественные отношения сервис:

- способствует повышению эффективности общественного и материального производства через повышение производительности труда и создание условий оптимизации трудового процесса;
- обеспечивает поддержание воспроизводства экономически активного населения в общественно необходимом масштаб за счет специфических видов деятельности (образование, переподготовка кадров, медицина), воздействующих на интеллект и физическое состояние работников;
- оптимизирует структуру вне рабочего времени экономически активного населения;

- повышает уровень и качество жизни, формирует оптимальную для общества структуру потребностей и способствует их реальному удовлетворению;

- создает условия для нормальной жизнедеятельности экономически неактивного населения (детей, инвалидов, престарелых и т. д.) за счет специфических видов деятельности, воздействующих на структуру их свободного времени, интеллект, здоровье, личное имущество;

- способствует сбалансированности доходов и расходов экономически неактивного населения;

- формирует в своей структуре такие ключевые факторы материального роста, как научное знание, нематериальные формы накопления, информационные технологии и т.п.;

- оказывает существенное влияние на обеспечение национальной безопасности государства и общества.

Таким образом, рассматривая сервис с точки зрения его участия в производстве и воспроизводстве общественной жизни, можно заметить, что во всех сферах общественного устройства и на всех его уровнях институт сервиса в той или иной степени обнаруживает свое присутствие и свое влияние.

Основными функциями сервиса являются:

а) доведение до потребителя материальных и нематериальных благ в соответствии с индивидуальными вкусами и запросами путем предоставления соответствующих услуг;

б) обслуживание процесса их потребления

в) создание условий для быта, отдыха и досуга;

г) способствование увеличению свободного времени и рациональному его использованию.

В этом заключается особая личностная значимость сервиса: он непосредственно формирует условия, образ и уровень жизни населения, т.е. реализует социальную компоненту экономики, особенно в условиях рынка.

Сервисная деятельность - область человеческих взаимоотношений по реализации общественных, групповых и индивидуальных благ. Одна сторона в этих взаимоотношениях, обладая многообразными потребностями, желает получить определенные блага, а другая сторона, оказывая конкретные услуги, представляет им возможность обладать такими благами.

Эффективность работы сервисного предприятия зависит от правильной организационно-управленческой деятельности руководителей [22].

Организационно-управленческая работа включает:

- планирование сервисной деятельности организации, прогнозирование развития организации при изменении рынка или ассортимента услуг;
- оценку производственных и непроизводственных затрат;
- оптимизацию состава технологического оборудования и технических средств с учетом ассортимента и уровня качества услуг;
- организацию контактной зоны для общения с потребителем услуги;
- подбор сотрудников, обладающих психологическими способностями для работы с потребителями.

Под эффективностью работы сервисного предприятия подразумевается отношение результатов его деятельности к затратам, направленным на их качественное достижение. В указанном понимании эффективности отображен так называемый затратно-ресурсный подход.

Есть также другой подход к эффективности - целеориентированный. Он позволяет сопоставлять, насколько выполнены предприятием цели, поставленные первоначально. Перечень подобных целей обычно сводится к следующему:

- выживание в условиях конкурентной борьбы;
- лидерство в борьбе с конкурентами;
- недопущения крупных финансовых неудач и банкротства;
- приобретение устойчивого положения и позитивного имиджа;

- рост экономического потенциала;
- рост объемов производства и реализации;
- максимизация прибыли и минимизация расходов;
- рентабельность и т.п.

Эти два подхода тесно переплетены между собой, дополняя друг друга. Нередко считается, что они позволяют исчерпать понимание любой эффективности управленческих процессов. В практике работы сервисного предприятия анализ общей эффективности осуществляется на уровне высшего звена управления, хотя польза от работы отдельных подразделений также учитывается. Расчет экономической эффективности производится путем сравнения затрат с экономическим эффектом. Положительный результат свидетельствует об экономии, отрицательный - об убытке.

Однако в последние годы в экономической практике - и сфера услуг выступала здесь лидером - формируются другие критерии и акценты в понимании эффективности работы предприятия. Становится очевидным, что недостаточно различать эффективность результативную (связанную с сопоставлением результатов и целей) и экономическую (ресурсно-затратную). Необходим анализ обоснованности целей деятельности предприятий, а также самих критериев эффективности, что поднимает эту проблему на более широкий уровень рассмотрения.

Известно, например, что представления о целях общественного развития и развития экономики медленно, но постоянно трансформируются. Одновременно меняются и представления о критериях эффективности. В последние годы в мировой практике управления появляются более широкие способы оценки результативности работы предприятий, нацеленные на учет самых разных факторов и обстоятельств его деятельности, включая и те, которые связаны с людьми (с кадровым составом и с потребителями). Ключевой момент понимания эффективности начинает связываться с выяснением того, при помощи комбинации каких ресурсов в сложившихся



условиях получен результат, что упущено, какие резервы не использованы, как повысить эффективность в будущем с учетом проделанного анализа.

Такой широкий подход к определению экономической эффективности, наиболее отвечающий специфике сервисной деятельности, дается в теории комплексного экономического анализа. В его рамках эффективность сервисного предприятия рассматривается в разделах перспективного, текущего, оперативного анализа, на базе которого оценивается достигнутый результат, а также выявляются факторы его изменения, неиспользованные возможности и резервы его повышения.

Эффективность сервисного предприятия можно исследовать с самых разных сторон: с точки зрения формирования затрат, планирования объема услуг, прибыли, реализации инвестиционных проектов и др. Вместе с тем анализ затрат, методов их распределения, составление и контроль выполнения смет, калькулирование себестоимости единицы продукции и т.п. - все эти вопросы выступают необходимым и вместе с тем только начальным этапом анализа общей эффективности сервисной организации.

Одновременно приходится учитывать также внешние и внутренние факторы, которые влияют на результат, но при расчете экономической эффективности не принимаются во внимание. Так, вряд ли можно абстрагироваться от социальных целей и интересов разных групп, которые причастны к деятельности предприятия и влияют на уровень эффективности его деятельности.

Цели и жизненные ценности у представителей указанных групп, как правило, различные, хотя все они сходятся в главном - необходимо прибыльное функционирование организации и ее устойчивое развитие. Однако они по-разному видят те способы, посредством которых этой цели можно добиться. К тому же каждая группа формирует свои, отличные от других конкретные ожидания от эффективной работы организации.

Общие цели организации и их реализация осуществляются распорядителями ключевых ресурсов отеля в соответствии с теми принципами и

навыками управления, которыми они располагают. Но в своей деятельности менеджмент вынужден учитывать множество разнонаправленных запросов и ожиданий, импульсы которых к нему стекаются со стороны потребителей, партнеров, персонала, работодателей и др.

В связи с этим ставится вопрос об эффективности самой системы управления в организации. Определить это можно по следующим направлениям:

- анализ и оценка организационно-технических мероприятий по совершенствованию управления;
- определение общего эффекта работы коллектива и выделение в нем доли эффекта системы управления;
- определение результатов деятельности функциональных подразделений;
- выявление результативности взаимодействия с контролирующими органами и др.

Таким образом, рассмотрение эффективности управления выводит нас на понимание многоуровневых и многоаспектных отношений, которые менеджмент призван отрегулировать в необходимом ключе. Субъекты управления своей деятельностью гармонизируют противоречивые и зачастую конфликтные цели юридических и физических лиц, имеющих непосредственное или косвенное отношение к отелю. В своей работе они практически не в состоянии замыкаться лишь на проблеме максимизации прибыли, регулируя материально-технические и финансовые потоки. Одновременно менеджмент анализирует потребности клиентов, мотивирует в нужном направлении персонал, договаривается с поставщиками и т.п. При этом руководству приходится учитывать тот факт, что все указанные компоненты, влияющие на работу организации, постоянно меняются, отражая изменения в составе участников и их интересах. Такое понимание общей эффективности требует использования, кроме экономических показателей, целого ряда дополнительных - организационных, социально-

групповых, индивидуально-психологических и др. - показателей, отображающих многообразную деятельность сервисного предприятия. В этом случае об эффективности работы предприятия свидетельствуют следующие показатели:

- наличие надежных партнеров;
- наличие клиентской базы (группы постоянных потребителей);
- принадлежность предприятия к корпоративно-общественным организациям;
- участие в общественных и государственных программах;
- репутация и имидж фирмы;
- текучесть кадров;
- число жалоб и судебных разбирательств с клиентами и др.

Широкое понимание эффективности сервисного предприятия позволяет говорить, что эта проблема приобретает многомерную динамическую модель. Именно такое представление об успешной работе сервисного предприятия вырабатывается ныне в экономической мировой практике сервиса. При этом оказываются важными три составные характеристики:

- производительность {efficiency) - степень минимизации ресурсов при достижении эффективности - это сближение с экономическим подходом к эффективности;

- эффективность {effectiveness) - степень, в которой процессы обслуживания удовлетворяют ожидания и нужды потребителей. Другими словами, это выпуск нужной продукции в нужном месте, в нужное время, по нужной цене. Этот критерий сближается с целесообразностью (совпадение результатов и целей);

- адаптивность {adaptability) - гибкость процессов обслуживания с целью приспособления их к будущему, изменения в ожиданиях потребителей и развитие услуг в этом русле изменений посредством внедрения разных инноваций в работу предприятия.

Сегодня многие менеджеры порой интуитивно, чаще методом проб и ошибок приходят к пониманию важности отработки совокупных оценок экономической, социальной и организационно-управленческой стороны в работе своего предприятия. Это свидетельствует о том, что процесс осмысления эффективности в широком контексте идет в определенном направлении и выработка комплексных показателей эффективности необходима самим менеджерам сервисных предприятий, организаций и учреждений.

Осуществление эффективной сервисной деятельности должно включать следующие организационные этапы (рис. 1.1).

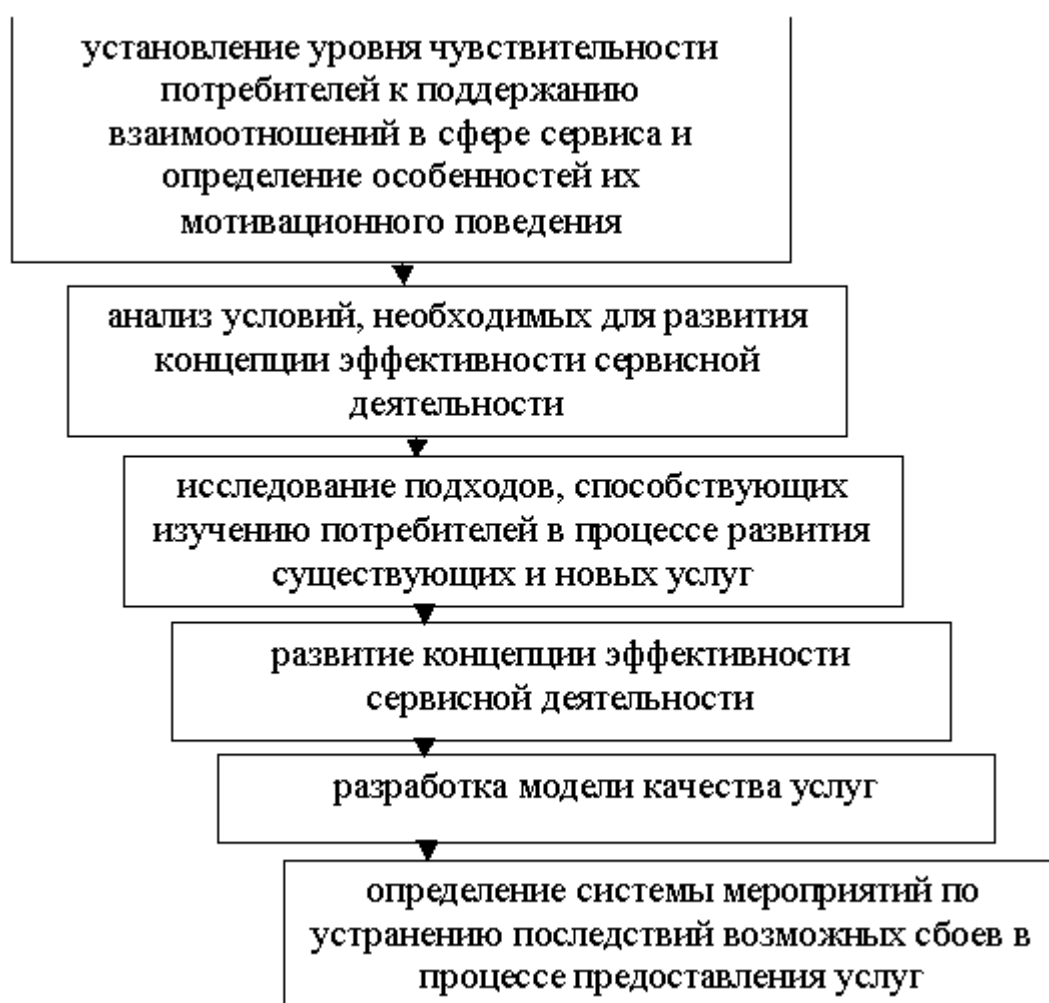


Рисунок 1.1 – Этапы эффективной сервисной деятельности

Эффективность сервисной деятельности является следствием опыта изучения предпочтений потребителей, который позволяет минимизировать ошибки и провалы при предоставлении услуг и проблемы с их качеством.

Эффективная сервисная деятельность должна обеспечиваться соблюдением основных принципов управления: лояльность к работающим и использование методов работы с сотрудниками, направленных на создание у них чувства удовлетворенности от своей деятельности; атмосфера, способствующая раскрытию способностей персонала; своевременная реакция на изменения во внешней среде, предусматривающая мониторинг потребностей клиентов и степени их удовлетворенности, изучение конкурентов и контрагентов; соблюдение этики бизнеса; использование управленческого контроля с целью увеличения эффективности управленческих действий.

В качестве основных тенденций развития сферы сервиса, действующих в совокупности и определяющих многие ее современные черты, можно выделить следующие:

- профессионализацию, заключающуюся не только в обеспечении соответствующей профессиональной подготовки и образования персонала, но и в таком построении предприятия, которое ориентировано на профессионализм;
- проявление инновационного потенциала, т.е. стремление к обновлению, мониторинг социально-экономической обстановки и адаптация к изменяющимся условиям внешней среды;
- ориентацию на качество, что предполагает не только управление качеством предлагаемых услуг, но и повышение качества самого управления и рассматривается как одна из целей управления, определяющая его содержание, особенности, эффективность и потенциал развития;
- диверсификацию, т.е. гармонизацию разнообразных форм и методов деятельности предприятия, его механизмов и технологий.

Современное развитие сферы сервиса обуславливает возникновение определенных трудностей в организации и осуществлении эффективной сервисной деятельности (табл. 1.1).

Таблица 1.1 - Проблемы развития сервисной деятельности

Проблема	Характеристика
Гетерогенность услуг	Присущая разнородность услуг, определяющая возможность и необходимость учета индивидуальных особенностей и запросов потребителей
Имиджеобразующий характер услуг	Относится прежде всего к эксклюзивным услугам, предполагающим использование инновационных продуктов и технологий как подтверждений потребителем услуги своего статуса лидера
Быстрый моральный износ услуг	Обусловлен погоней за превосходством в знаках престижа и изобилия, характерной для представителей общества потребления

Указанные факторы обостряют потребность предприятия сферы сервиса в инновационных решениях. В результате современная сфера сервиса приобретает следующие особенности:

1. интернационализация услуг, предполагающая использование приемов языковой и культурной адаптации к любому потребителю в рамках мировой экономики;
2. локализация услуг, т.е. их модификация с учетом запросов конкретных групп потребителей.

Усиливается ориентация сервисной деятельности на повышение качества процесса предоставления услуг и тщательный анализ запросов потребителей. В связи с этим растут требования к факторам, обеспечивающим экологизацию, стандартизованность, экономичность и патентно-правовую защиту услуг.

Таким образом, эффективная сервисная деятельность в современных условиях заключается в повышенном внимании к потребительским предпочтениям и их трансформациям, использовании социально-психологических рычагов воздействия, профессионализации человеческой деятельности.

## 1.2 Факторы эффективности сервисной деятельности предприятия

Сервисная деятельность предприятия подразумевает предоставление услуг и удовлетворение потребностей клиентов. Эффективность этой деятельности зависит от множества факторов, которые можно разделить на несколько групп (рис. 1.2):



Рисунок 1.2 - Факторы эффективности сервисной деятельности предприятия

Первичным фактором, определяющим потенциал и динамику деятельности предприятий сферы услуг можно считать численность

населения. Данные статистики свидетельствуют о том, что ежегодное снижение количества жителей страны следует воспринимать как системный фактор. К отрицательной динамике следует отнести снижение количества трудоспособного населения как основного потребителя услуг. В то же время наблюдается рост количества молодежи, а также рост городского населения, что может свидетельствовать о росте спроса на отдельные услуги, востребованные указанным контингентом населения [15].

Необходимо отметить, что спрос на различные виды услуг по отраслям среди населения не является регулярным. Можно говорить о том, что активность основного сегмента потребителей культурных благ и услуг довольно низкая. Так, например, по данным исследований в сфере культуры, 60,5% взрослого населения Санкт-Петербурга ни разу в течение года не были в музеях и на выставках, 66% - в драматических театрах, 79,7% - на музыкальных спектаклях, 85,7% - на концертах академической музыки. В целом 51,3% опрошенных петербуржцев посещали какое-либо учреждение культуры реже, чем один раз в год (без учета кинотеатров). В то же время всего 14,5% населения посещают учреждения культуры 10 и более раз в год [22].

Также анализ спроса на культурные услуги и продукты показал, что он остается незначительным по сравнению с другими продуктами социальной сферы. Например, в последнее время наблюдался рост спроса на услуги туристских организаций и учреждений физического развития и спорта. В данной ситуации влияние таких социально-экономических факторов, как низкий уровень доходов населения, высокая занятость, недостаток информации и транспортные трудности отмечалось респондентами как незначительное. Так, на финансовые трудности указали пенсионеры и лица из малообеспеченных семей. Лица среднего возраста связывают отсутствие свободного времени с решением финансовых проблем.

Отметим, что в зарубежных странах эффективное функционирование предприятий сферы услуг в настоящее время обусловлено постоянным



ростом спроса на товары и услуги культурного назначения со стороны потребителей и общества в целом. По мнению специалистов, на рост спроса оказывает влияние целый ряд долговременных факторов, таких как [33]:

- повышение духовных и эстетических запросов населения по мере роста уровня его жизни и образования;
- усиление потребности общества во всесторонне образованных людях;
- распространение Интернета;
- глобализация мировой экономики.

Воздействие данных факторов привело к возникновению информационного обмена и взаимодействия между отдельными пользователями и странами, а также к повышению уровня качества услуг, выработке новых стандартов, росту инновационности данной сферы культуры и расширению доступа к ассортименту услуг массового потребителя.

Следовательно, снижение негативного влияния такого фактора, как низкий уровень спроса на услуги в России, заключается в диверсификации основных направлений работы учреждений с целью увеличения доходов от всех видов деятельности, умения рационально их распределять и использовать для дальнейшего развития. То есть в сложившейся ситуации формирование спроса на услуги должно происходить за счет изменения экспозиционной политики, концепции качества обслуживания, формирования необходимого имиджа и разработки стратегии позиционирования ассортимента услуг на рынке. Зарубежный опыт управления сферой услуг показывает, что только востребованность потребителями различных видов услуг и удовлетворенность их уровнем качества будет способствовать росту показателей эффективности деятельности оказывающих их предприятий.

Целесообразным является выделение группы политико-правовых факторов, оказывающих влияние на развитие сферы услуг посредством

политической, организационно-правовой, финансовой и экономической деятельности государственных органов, направленной на регулирование отношений в данной сфере. Отметим, что в настоящее время государство почти в полном объеме осуществляет подготовку кадров для сферы услуг, организацию научно-исследовательских работ, решение методических вопросов организации деятельности учреждений. Прежде всего необходимо подчеркнуть роль государства в определении правовых гарантий и их реализации, защите субъектов сферы услуг, прав и свобод потребителей услуг посредством законодательной и иной нормативной деятельности, разработки и осуществления государственной политики и государственных программ развития. Принятие государственных программ позволяет повышать эффективность бюджетного финансирования сферы услуг, привлекать финансовые средства из различных источников, координировать усилия различных партнеров и соисполнителей вне зависимости от их ведомственной принадлежности.

В настоящее время в сфере услуг действие вышерассмотренных факторов многократно усиливается в результате влияния ряда новых процессов. Несмотря на то, что темпы роста отдельных видов услуг различаются очень существенно, можно выделить факторы, определяющие общие для всех организаций параметры роста. К ним относятся научно-технический прогресс и, прежде всего, информационно-коммуникационные технологии. В отличие от предшествующих технологий прорывного характера, область действия которых обычно ограничивалась отраслями материального производства, современные информационные технологии, как правило, являются универсальными. Можно говорить о том, что в настоящее время практически все подотрасли сферы услуг оказались в центре технологических преобразований.

Для развития рассматриваемой сферы положительное значение имеет изменение под воздействием информационно-коммуникационных технологий ряда характеристик производства услуг, таких как локальная

привязанность, совпадение производства и потребления во времени и пространстве, невозможность накопления продукта, его хранения, передачи на расстояние. Новые технологии снижают такого рода временные и пространственные ограничения, открывая возможности для хранения услуг в разных формах и на разных носителях, их потребления на расстоянии и в режиме реального времени. Соответственно создаются условия для расширения спроса на культурные услуги и продукты. Таким образом, оснащение учреждений культуры информационно-коммуникационной техникой можно считать стратегическим направлением инвестиционной политики в данной сфере.

В то же время необходимо отметить, что информационно-коммуникационные технологии создают новые проблемы, связанные с соблюдением этических и нравственных норм и использованием способов предоставления информации, которые требуют своего разрешения. Однако повышение и дифференциация спроса на услуги в результате распространения информационных технологий и Интернета очевидны. Подтверждением этому является то обстоятельство, что в настоящее время в России наблюдается ежегодный рост числа пользователей Интернет. По данным компании Internetworld Stats Россия занимает второе место по числу интернет-пользователей после Германии, что диктует учреждениям сферы услуг необходимость внедрять в своей деятельности информационно-коммуникационные инновации, чтобы отвечать современным тенденциям развития общества [24].

Новые технологии существенно меняют многие параметры рассматриваемой сферы. Резко повысился уровень диверсификации производства; отраслевой состав расширился за счет принципиально новых видов сервиса, таких как мобильные виды коммуникаций, а также информационных услуг, выполняющих функции создания баз данных, обработки информационных потоков, разработки компьютерных программ, интеграции компьютерной техники и сетей, их обслуживания и управления.

Информационные технологии служат катализаторами разработки новых видов сервиса, как и функционального усложнения, так и совершенствования традиционных. Например, радикально преобразуются материальная база, организационно-управленческие принципы, методы обслуживания в учреждениях сферы услуг. По многим направлениям совершенствуются качественные параметры сервиса:

- расширяется спектр вариантов потребительского выбора;
- более полно и точно учитываются предпочтения и запросы клиентуры;
- модель массового обслуживания дополняется или замещается индивидуализированным обслуживанием.

Можно сделать вывод, что с внедрением информационно-коммуникационных технологий для отечественных организаций сферы услуг открылись новые перспективы на внутренних рынках и были созданы условия для выхода на международные рынки. Общим показателем продуктивности использования информационно-коммуникационных технологий в культуре может быть количество вебсайтов организаций сферы услуг. Необходимо подчеркнуть, что в данной сфере следует учитывать и социальную значимость, которая может быть выражена через объем сайта, его популярность, посещаемость и, возможно, качественные показатели, но в настоящее время методика измерения применительно к информационным ресурсам культуры пока не разработана. Однако пока в России мероприятия, направленные на развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере услуг носят разрозненный и изолированный характер.

Охарактеризуем внутренние факторы эффективности сервисной деятельности предприятия

1. Качество предоставленных услуг: ключевым фактором эффективности сервисной деятельности является качество услуг, которые предоставляет предприятие. Это включает в себя выполнение условий договора о предоставлении услуг, своевременное выполнение работ, высокий

уровень профессионализма сотрудников и т.д. Кроме того, важно учесть индивидуальные потребности клиентов и предоставить персонализированный сервис.

2. Организационная структура: Эффективность сервисной деятельности также зависит от организационной структуры предприятия. Это включает в себя управление, распределение ролей и обязанностей сотрудников, коммуникацию внутри организации и т.д. Эффективная организационная структура позволяет оптимизировать процессы и улучшить качество предоставляемых услуг.

3. Техническая инфраструктура: Наличие современного оборудования и технологий также оказывает влияние на эффективность сервисной деятельности. Недостаточное оборудование или его устаревание может снизить производительность и качество предоставляемых услуг.

4. Коммуникация с клиентами: Установление эффективной коммуникации с клиентами является важным фактором. Обратная связь от клиентов помогает оптимизировать процессы и улучшить качество услуг. Кроме того, своевременное информирование клиентов о изменениях в предоставляемых услугах или акциях позволяет удержать и привлечь новых клиентов.

5. Кадры: Компетентные, мотивированные и обученные сотрудники являются ключевым фактором эффективности сервисной деятельности. Вложение в обучение и развитие персонала, создание стимулов для достижения хороших результатов и максимальное использование потенциала сотрудников помогают улучшить качество предоставляемых услуг.

6. Управление процессами: Эффективность сервисной деятельности зависит от эффективности управления процессами. Четко определенные процессы, их оптимизация и автоматизация позволяют сократить время выполнения заказов и улучшить общую эффективность предприятия.

В целом, эффективность сервисной деятельности зависит от комплекса факторов, включая качество услуг, организационную структуру,

техническую инфраструктуру, коммуникацию с клиентами, кадры и управление процессами. Разработка и внедрение методов и стратегий, направленных на повышение эффективности в каждой из этих областей, помогут предприятию достичь успеха и удовлетворить потребности клиентов.

### **1.3 Показатели эффективности сервисной деятельности предприятия**

Многообразие форм, в которых выступают затраты, равномерность их осуществления определяют существование в экономической литературе двух подходов к измерению эффективности: затратного и ресурсного (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 - Подходы к определению эффективности сервисной деятельности предприятия

Затратный подход построения показателей эффективности нацелен на характеристику эффекта деятельности предприятий, получаемого с каждой единицы совокупных затрат или отдельно затрат живого или овеществленного труда. В общем виде показатель эффективности потребленных ресурсов рассчитывается как отношение реализованной продукции или прибыли от реализации продукции к стоимости

потребленных ресурсов (затрат). На предприятиях торговли в качестве показателя реализованной продукции может приниматься товарооборот в ценах реализации, в качестве прибыли от реализации продукции – прибыль от продаж. Потребленные ресурсы (или затраты) в торговом предприятии рассматриваются как издержки обращения [7].

Ресурсный подход призван характеризовать эффективность использования всех видов ресурсов, которыми располагает предприятие торговли, или использования отдельных видов ресурсов: трудовых, материальных, финансовых. Он отражает результат деятельности предприятия на единицу имеющихся ресурсов.

В общем виде показатель эффективности авансированных (примененных) ресурсов рассчитывается как отношение стоимости реализованной продукции, или прибыли от реализации продукции, к совокупной стоимости авансированных ресурсов. В качестве авансированных ресурсов выступает показатель валюты баланса, представляющий собой всю сумму хозяйственных средств, используемых в обороте предприятия [9].

Применение одного из подходов к оценке эффективности деятельности предприятия носит ограниченный характер, так как все ресурсы, используемые предприятием в ходе его деятельности, необходимо подразделять на примененные (ресурсы) и потребленные (затраты). Исходя из вышеизложенного, система показателей эффективности сервисной деятельности предприятия обобщена в виде схемы, представленной на рис. 1.4.

Применение предложенной системы показателей в практике оценки эффективности деятельности предприятия торговли позволит более детально изучать слагаемые комплексных показателей эффективности, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности деятельности как с точки зрения повышения эффективности использования примененных ресурсов, так и с позиций оптимизации стоимости потребленных ресурсов.



Рисунок 1.4 - Система основных показателей эффективности использования ресурсов предприятия торговли на основе затратного и ресурсного подхода [29]

На основе обобщения существующих точек зрения по вопросам эффективности можно предложить следующую классификацию видов показателей эффективности деятельности торгового предприятия (табл. 1.2).

Таблица 1.2 - Классификация видов показателей эффективности сервисной деятельности

Признак классификации	Группы показателей
1. В зависимости от степени обобщения и полноты оценки эффективности	Обобщающие
	Частные
2. В зависимости от подхода к оценке ресурсов	Эффективности примененных ресурсов
	Эффективности потребленных ресурсов
3. По экономическому содержанию	Стоимостные
	Натуральные
4. В зависимости от состава показателя	Одноэлементные
	Многоэлементные



5. В зависимости от степени математической формализации	Количественные
	Качественные
6. По отношению к предприятию	Внутренние
	Внешние
7. В зависимости от вида ресурсов	Эффективности использования основных фондов
	Эффективности использования оборотных средств
	Эффективности использования трудовых ресурсов
	Эффективности использования финансовых ресурсов
8. В зависимости от вида деятельности	Эффективности хозяйственной деятельности
	Эффективности экономической деятельности
	Эффективности финансовой деятельности
9. По периоду расчета	Плановые
	Ожидаемые
	Фактические
10. По размеру	Максимальные
	Минимальные
	Оптимальные
11. По методике расчета	Показатели эффективности структуры показателя
	Показатели эффективности результатов

Дадим краткую характеристику основных видов показателей эффективности сервисной деятельности в соответствии с предложенной классификацией.

1. В зависимости от степени обобщения и полноты оценки эффективности показатели делятся на обобщающие и частные:

- обобщающий показатель призван отражать эффективность использования экономического потенциала (ресурсов) торговли на разных уровнях управления текущими затратами, вызванными товарным обращением, а также степень удовлетворения платежеспособного спроса населения, и давать оценку уровня эффективности торговли. К этим показателям можно отнести ресурсорентабельность, ресурсоотдачу, обобщающий коэффициент качества торгового обслуживания и т. д.;

- частные показатели эффективности торговли призваны определить эффективность использования отдельных элементов процесса труда: основных фондов, особенно их активной части (фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность), оборотных средств и их значительной доли – товарных запасов (оборачиваемость), а также численность занятых в торговле работников (показатель выработки на одного работника);

2. В зависимости от подхода к оценке ресурсов показатели эффективности делятся на две группы:

– эффективность примененных ресурсов определяется как отношение результатов деятельности предприятия (эффекта) к стоимости ресурсов и характеризует отдачу используемых ресурсов (фондоотдача, производительность труда, оборачиваемость оборотных средств и т. д.);

– эффективность потребленных ресурсов определяется как отношение результата деятельности к сумме затрат предприятия и характеризует отдачу израсходованных средств (амортизациоотдача, зарплатоотдача, зарплаторентабельность и т. д.)

3. По экономическому содержанию:

– стоимостные показатели рассчитываются как отношение стоимостных единиц и показывают отдачу на рубль стоимости ресурсов или суммы затрат; (фондоотдача, фондорентабельность, рентабельность оборотных средств и т.д.);

– натуральные показатели рассчитываются как отношение объема эффекта в натуральном выражении ( кг, штуках,) на единицу затраченных ресурсов (объем проданных товаров в единице времени; время, затраченное на реализацию единицы товара, и т. д.)

4. В зависимости от состава показателя выделяют:

– одноэлементные, состоящие из одного значения (фондоотдача, производительность труда и т. д.);

– многоэлементные, включающие несколько несовместимых (несуммируемых) между собой значений (показатель уровня экономического развития предприятия, комплексный показатель эффективности труда и т. д.).

5. В зависимости от степени математической формализации выделяют количественные и качественные показатели:

– количественные показатели определяются на основе математических формул (рентабельность, производительность и т. д.);

– качественные показатели выражаются чаще всего социальным

эффектом и используются при оценке социальной эффективности (качество торгового обслуживания, культура торговли и т. д.)

6. По отношению к предприятию показатели эффективности его деятельности можно подразделить на внутренние и внешние:

– внутренние показатели рассчитываются для оценки эффективности деятельности предприятия с позиций внутренних пользователей информацией (доходность капитала, ликвидность и т. д.);

– внешние показатели определяются для оценки эффективности предприятия с позиций внешних пользователей информацией (государство, кредитные учреждения, поставщики товаров и т. д.); к ним можно отнести следующие показатели: доля предприятия на рынке, платежеспособность, кредитоспособность, доходность акций и т. д.

8. В зависимости от вида деятельности выделяют три основных группы показателей:

– показатели эффективности хозяйственной деятельности рассчитываются на основе полученного эффекта и совокупности ресурсов предприятия, или их составных частей (товарооборот, приходящийся на 1 м<sup>2</sup> торговой площади; прибыль на одного работника предприятия и т. д.);

– показатели эффективности экономической деятельности рассчитываются как отношение экономических результатов хозяйствования (рентабельность оборота, издержкоотдача и т. д.);

– показатели эффективности финансовой деятельности определяются на основе показателей баланса предприятия и его приложений (доходность активов, рентабельность совокупного капитала и т.д.)

9. По периоду расчета показатели эффективности могут носить:

– плановый характер, т.е. рассчитываться в ходе планирования основных показателей деятельности предприятия (плановый порог рентабельности, плановая производительность труда и т. д.);

– ожидаемый характер, т.е. рассчитываться на основе ожидаемого экономического эффекта и средств на его получение (ожидаемая

рентабельность, ожидаемая ресурсоотдача и т. д.);

– фактические показатели эффективности отражают достигнутую за определенный период времени результативность хозяйствования на предприятии (фактическая фондоотдача, достигнутая рентабельность ресурсов, рентабельность продаж и т. д.).

Совокупность представленных показателей позволяет провести грамотную, глубокую оценку эффективности деятельности предприятий торговли как неотъемлемого условия его конкурентоспособности.

## Заключение

Торговый дом «АбаканАвтогаз» был образован 19 января 1999 года и является единственным официальным дилером ОАО «ГАЗ» на территории Республики Хакасия, Республики Тыва и юга Красноярского края.

Общество с ограниченной ответственностью Торговый дом «АбаканАвтогаз» является коммерческой организацией учреждено в соответствии с Гражданским кодексом РФ и Федеральным законом № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Основным показателем, характеризующим деятельность любого предприятия, является выручка. Каждое предприятие стремится к увеличению выручки. Т.к. увеличение выручки приводит к уменьшению уровня издержек обращения, к увеличению прибыли. Выручка ООО ТД «АбаканАвтогаз» в своем развитии имела положительную динамику. За 2022г. она составляла 1055261 тыс. руб., а за 2023г – 1162966 тыс. руб., таким образом, за предложенный период выручка выросла на 107705 тыс. руб., что в относительном выражении составило почти 10,21%. Данную тенденцию следует относить к разряду положительных.

Главным показателем, характеризующим конечную деятельность предприятия, является чистая прибыль, т.е. тот результат, ради которого предприятие функционирует. Данный показатель имел отрицательную динамику в своем развитии: уменьшение чистой прибыли за изучаемый период составило 24220 тыс. руб., при этом рентабельность предприятия упала на 3,03%. Данная тенденция относится к разряду отрицательных, она свидетельствует о падении эффективности работы автосалона.

В целом, проведя данный анализ, можно сделать вывод о снижении эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз» за исследуемый период.

Значение интегрального показателя экономической эффективности сервисной деятельности – 73,04, что свидетельствует о падении

экономической эффективности сервисной деятельности, которому способствовало снижение эффективности трудовой деятельности на 10,32 ед, а также сокращение эффективности финансовой деятельности на 0,11 ед.

Показатель уровня экономического развития подтверждает вывод о снижении эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз» и свидетельствует о том, что основные показатели эффективности деятельности предприятия имели отрицательную тенденцию.

Одним из показателей эффективности сервисной деятельности является показатель потребительской лояльности клиентов дилерского автоцентра.

Согласно результатам проведенного исследования индекс потребительской лояльности дилерского автоцентра ООО ТД «АбаканАвтогаз» находится на нижней границе хорошего уровня.

Наиболее низкие оценки получили показатели «скорость обратной связи с клиентом» -56% от опрошенных клиентов и «скорость выполнения сервисных работ» - 69% от опрошенных клиентов.

Проведенный SWOT-анализ эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз» выявил возможности и угрозы для развития ООО ТД «АбаканАвтогаз» На основании выявленных возможностей разработаем направления повышения эффективности сервисной деятельности.

Повышение эффективности сервисной деятельности предприятия ООО ТД «АбаканАвтогаз» возможно путем разработки мероприятий по устранению недостатков, выявленных во второй главе выпускной квалификационной работы:

- 1) Одним из инструментов повышения эффективности управления качеством обслуживания в автомобильном дилерском центре «АбаканАвтогаз» является внедрение системы управления взаимоотношениями с потребителями (CRM), которая обеспечит организацию обратной связи с клиентами с учетом активной формы обратной связи (при самостоятельном обращении клиента) и пассивной формы (при

обращении дилерского центра к клиенту для получения и обработки информации).

2) В дилерском центре ТД «АбаканАвтогаз» необходимо оптимизировать систему управления запасами деталей на складе запасных частей для уменьшения числа накладок в записи на сервисное обслуживание и более быстрый ремонт.

3) Одним из мероприятий направленных на повышение эффективности трудовых процессов является создание кадрового резерва, который будет стимулировать работников, так как они будут видеть действительные перспективы для себя, что влечет за собой и увеличение заработной платы.

Предложенные меры позволят повысить потребительскую лояльность клиентов ООО ТД «АбаканАвтогаз», привлечь новых клиентов, а также повысить эффективность сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз».

Разработанные рекомендации полностью соответствуют целям и ценностям компании, способствуют не только их сохранению, но и дальнейшему развитию.

## Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 16.05.2023. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч. 1,2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 147-ФЗ ред. от 01.05.2023. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях», № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», № П-5(М) «Основные сведения о деятельности организации» [Электронный ресурс]: Приказ Росстата от 30.11.2022 N 872 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» [Электронный ресурс]: утв. Приказом Минфина России от 27.11.2006 №156н ред. от 06.04.2021 №55н // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Арзуманова, Г.И., Мачабели М.Ш. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания : учебник Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: Дашков и Ко, 2018. 276 с.
6. Арсеньева Н.В. Эффективность сервисной деятельности по обслуживанию продукции машиностроительных предприятий /Н.В. Арсеньева, Л.М. Путятин // Вестник университета – 2020 - №11 – С. 121-126
7. Атаев Р. Роль сферы услуг в экономическом развитии /Р.Атаев// IN SITU – 2023 - №5 – С. 33-40
8. Баженов Ю.К. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов. М.: Экономика, 2018. 238 с.



9. Бекимбетов Д.Р. Современные теории менеджмента и экономического развития сферы услуг в условиях цифровой экономики /Д.Р. Бекимбетов // Экономика и социум – 2022 - №12 – С. 90-93
10. Белобжецкий В.Н. Взаимосвязь качества сервиса и прибыльности предприятия /В.Н. Белобжецкий // Управление экономическими системами: электронный научный журнал – 2022 - №5 – С. 15-26
11. Володченко В.С. Роль информационных технологий в повышении эффективности сервисной деятельности /В.С. Володченко // Вопросы науки и образования – 2020 - №5 – С. 88-92
12. Вострикова А.А. Экономика торговой организации: Учеб. пособие /А.А.Вострикова – М.: Дана, 2018. – 594с.
13. Жирков, Е.Н. Пути повышения прибыли и рентабельности торговых компаний / Е.Н. Жирков // Вопросы экономики. – 2021. - № 2. – С. 7.
14. Жуманазаров У.С. Инновационное развитие сферы услуг как основной фактор устойчивого экономического роста /У.С. Жуманазаров // Мировая наука – 2022 - №12 – С. 69-74
15. Ермишина Е.Б. Направления повышения эффективности управления качеством обслуживания клиентов дилерских автоцентров /Е.Б. Ермишина// Вестник Академии знаний – 2021 - №10 – С. 79-82
16. Казакевич Т. А. Сервисная деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 321с.
17. Киреева Ю.А. Формирование и продвижение сервисных продуктовых предложений в индустрии гостеприимства /Ю.А. Киреева // Московский экономический журнал – 2022 - №10 – С. 45-49
18. Козловский В.Н. Эффективная дилерская сеть как ключевой фактор обеспечения качества процессов продажи и послепродажного обслуживания автомобилей /В.Н. Козловский // Известия Тульского государственного университета. Технические науки – 2021 - №4 – С. 38-45
19. Козловский В.Н. Модели и инструменты обеспечения эффективности деятельности фирменного автосервиса: монография /В.Н.

Козловский, Н.В. Афиногентова. - Тольятти: Издательство ПВГУС, 2020. - 260 с.

20. Ласточкина, У.В. Систематизация прибыли предприятий торговли / У.В. Ласточкина // Управление экономическими системами. – 2021. - № 1. – С. 19.

21. Лысенко, Ю. Экономика предприятия торговли и общественного питания: Учебное пособие / Ю. Лысенко, М. Лысенко, Э. Таипова. - СПб.: Питер, 2021. - 316 с.

22. Мараева З.Л. Факторы, влияющие на доходы организации / З.Л. Мараева, М.К. Афанесян // Экономика и бизнес: теория и практика - 2022 - №3 - С. 48-53

23. Матычайк Т.Г. Эффективность деятельности сервисных организаций /Т.Г. Матычайк // Проблемы науки – 2022 - №5 – С. 89-98

24. Милорадов К.А. Компьютерные технологии управления доходами в сфере услуг / К.А. Милорадов // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд - 2021 - №5 - С. 15-20

25. Мухина М.В. Повышение эффективности деятельности руководителя сервисного предприятия / М.В. Мухина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования – 2021 - №10 – С. 88-94

26. Нечеухина Н.С. Оценка экономического потенциала предприятий сферы услуг /Н.С. Нечеухина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент – 2023 - №7 – С. 66-70

27. Никольский В.А. Анализ и планирование операционной прибыли коммерческого предприятия (на примере ООО «Гирс») /В.А. Никольский // [StudNet](#) – 2022 - №7 – С. 29-34

28. Петров С.В. Понятие, сущность и функции организаций сферы услуг /С.В. Петров // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки – 2023 - №10 – С. 77-81

29. Петров С.В. Обзор существующих методов управления организациями сферы услуг /С.В. Петров // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки – 2023 - №11 – С. 15-23

30. Понятие, сущность, виды доходов и расходов предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newinspire.ru/lektcii-po-finansam/ponyatie-suschnost-vidi-dochodov-i-raschodov-predpriyatiya-1508>

31. Прудникова Л.В. Методические аспекты анализа и оценки результативности деятельности коммерческой организации /Л.В. Прудникова, Т.В. Жиганова // Вестник Витебского государственного технологического университета. - 2020. - № 1(38). - С. 213-230.

32. Резник Г. А. Сервисная деятельность: учебник /Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: Инфра-М, 2019. - 216 с.

33. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: учебник /Ж.А. Романович, С.Д. Калачев– Москва: Дашков и К, 2022 – 284с.

34. Ропотан С. В. Проблемные аспекты формирования финансовых результатов организаций в современной экономике /С.В. Ропотан, А.С. Артеменко, Е.В. Скнарина // Молодой ученый. — 2021. — №8. — С. 618-621.

35. Рубцова С.В. Новые подходы эффективности сервисной деятельности /С.В. Рубцова // Сервис в России и за рубежом – 2021 - №12 – С. 66-74

36. Сазонова Е.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия сферы услуг /Е.В. Сазонова // Петербургский экономический журнал – 2021 - №3 – С. 89-91

37. Сафарян А. А. Инновации в сфере обслуживания: учебное пособие / А. А. Сафарян; Пермский государственный национальный исследовательский университет. - Пермь, 2021. - 110 с.

38. Славкина А.В. Формирование прибыли и факторы ее определяющие / А.В. Славкина // Экономика и бизнес: теория и практика – 2022 - №3 – С. 94-98

39. Таран О.Л. Научное обоснование состава ресурсного потенциала сферы услуг /О.Л. Таран, Т.О. Назарова // Экономические системы – 2023 - №12 – С. 68-71


40. Терещенко Н.Н., Сулова Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учеб. пособие. – Москва: Инфра-М, 2022. – 136с.

41. Тётушкин В.А. Сервисная деятельность. Основные понятия и современные проблемы (региональный аспект): учебное пособие / В.А. Тётушкин. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. - 124 с.
42. Шабалина Т.А. Анализ прибыли и рентабельности как база для их планирования на предприятии / Т.А. Шабалина // Экономика и бизнес: теория и практика – 2022 - №1 – С. 17-22
43. Шаронов М.А. Влияние сервисной деятельности на эффективность деятельности предприятий индустрии красоты /М.А. Шаронов // Сервис plus – 2020 - №7 – С. 117-124
44. Шиндина Ю.А. Проектирование сервисного предприятия как системы оказания услуг /Ю.А. Шиндина // E-Scio – 2022 - №9 – С. 55-60
45. Щепакин М.Б. Сфера услуг как экономическая категория и вид экономической деятельности /М.Б. Щепакин, В.М. Михайлова // Экономика, предпринимательство и право. - 2020. - Том 10. - № 1. - С. 71-88.
46. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / под ред. А.Н. Соломатина. СПб.: Питер, 2018. 560 с.
47. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие / под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. Изд. 3-е, стер. М.: КНОРУС, 2021. 400 с.
48. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина [и др.]. М.: КНОРУС, 2022. 298 с.
49. Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы : материалы III Межвуз. науч.-практ. конф. (Омск, 1–2 дек. 2016 г.) / М-во образования и науки Рос. Федерации, ОмГТУ; под общ. ред. А. С. Полынского. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2020.
50. Яценко А.В. Принципы и методы управления доходами предприятий малого и среднего бизнеса / А.В. Яценко // Экономика и финансы - 2021 - №5 - С. 33-38

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Ю.Ю. Сулова  
« 04 » 06 2024 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

43.03.01 «Сервис» 43.03.01.31 «Сервис в торговле»

тема

«Повышение эффективности сервисной деятельности предприятия»

Руководитель




подпись, дата

профессор, д-р экон. наук С.А. Жиронкин

должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник



подпись, дата


ЭУ20-01БСТ

группа

Е. А. Жуков

инициалы, фамилия

Нормоконтролер



подпись, дата


профессор, д-р экон. наук Ю.Ю. Сулова

должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2024

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Ю.Ю. Суслова  
« 07 » 02 2024 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

бакалаврской работы, магистерской диссертации

Студенту Жуков Егор Александрович

фамилия, имя, отчество

Группа ЭУ20-01БСТ Направление (специальность) 43.03.01 «Сервис»

номер

код наименование

Тема выпускной квалификационной работы Повышение эффективности сервисной деятельности предприятия

Утверждена приказом по университету № 1988/С от 07.02.2024

Руководитель ВКР С. А. Жиронкин, д-р экон. наук, профессор каф. Торг. дела и маркетинга

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР труды отечественных авторов, отчетность предприятия, данные открытой сети Интернет

Перечень разделов ВКР:

1. Теоретические аспекты сервисной деятельности предприятия
2. Анализ эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз»
3. Обоснование рекомендаций по повышению эффективности сервисной деятельности ООО ТД «АбаканАвтогаз»

Перечень графического материала: таблиц – 19, рисунков – 10, приложений – 2.

Руководитель ВКР

  
подпись

С. А. Жиронкин  
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

  
Подпись

Е. А. Жуков  
инициалы и фамилия студента

« 07 » 02 2024 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГАОУ ВО "Сибирский федеральный университет"**  
**Институт торговли и сферы услуг**  
**Кафедра торгового дела и маркетинга**

**ОТЗЫВ**

на выпускную квалификационную работу в форме бакалаврской работы  
студента 4 курса очной формы обучения направления подготовки 43.03.01 «Сервис»  
профиль 43.03.01.31 «Сервис в торговле»  
на тему: «Повышение эффективности сервисной деятельности предприятия»

**Жукова Егора Александровича**

**Актуальность темы:** Жизнедеятельность современного человека основана на потреблении товаров и услуг. Их создание, производство и распределение обеспечивают удовлетворение потребностей людей и динамичное развитие экономики страны. По числу людей, занятых в сфере сервиса, и размерам вклада в национальный доход сервисные направления деятельности в развитых странах не только вышли на уровень материального производства, но и превзошли его.

**Соответствие содержания работы заявленной теме и плану работы:** соответствует полностью.

**Полнота раскрытия темы:** тема раскрыта полностью.

**Применяемые методы исследования и владение ими:** в работе использованы основные методы сбора, обобщения, анализа и синтеза, группировки и сопоставления, графический и др.

**Использование в работе элементов исследования:** разработаны рекомендации по повышению эффективности сервисной деятельности на предприятии.

**Обоснованность выводов и предложений:** выводы автора экономически обоснованы и корректны, выявлены основные положительные и отрицательные моменты в деятельности исследуемого предприятия розничной торговли. На основании проведенного исследования разработан ряд практических рекомендаций, направленных на совершенствование эффективности сервисной деятельности и его повышения.

**Практическая значимость и область применения работы:** в работе сформированы теоретико-методологические подходы к формированию сервисной деятельности предприятия и повышению ее эффективности.

**Проявленные профессиональные и личные качества студента:** исполнительность, творческий подход к проведению исследования, ответственность.

**Исполнительская дисциплина студента:** работа выполнена с соблюдением графика.

**Уровень профессиональной подготовки:** Высокий уровень теоретических и практических знаний в исследуемой области, умение проводить самостоятельно исследования, грамотно обобщать его результаты, разрабатывать конкретные рекомендации.

**Применение в работе и владение техническими средствами обработки информации:** владеет в полной мере.

**Соответствие работы предъявляемым требованиям:** выпускная квалификационная работа в форме бакалаврской работы по содержанию и оформлению соответствует полностью предъявляемым требованиям.

**Допуск к защите:** работа допущена к защите.

Руководитель выпускной квалификационной работы  
в форме бакалаврской работы

д-р. экон. наук, профессор кафедры ТДиМ  С. А. Жиронкин

«03» июня 2024 г.