Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/16628>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Сфера услуг

СОДЕРЖАНИЕ

стр.	
ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ	6
1.1 Основные понятия теории сервиса.....	6
1.2 Организация процесса оказания услуги	6
1.3 Особенности разработки проектов в сфере услуг	16
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА ОБУВИ «CAPRICE») 16	
2.1 Организационно-технологическая характеристика обувного магазина Caprice 22	
2.2. Организация предоставления услуг в магазине обуви «Caprice» 41	
2.3 Недостатки организации предоставления услуг в магазине «Caprice».....	54
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ В МАГАЗИНЕ ОБУВИ «CAPRICE» 45	
3.1 Разработка мероприятий по улучшению процесса оказания услуг в магазине обуви «Caprice» 48	
3.2 Расчет затрат на предложенные мероприятия процесса оказания услуг.....	63
3.3 Оценка результатов предложенного проекта организации процесса оказания услуг в магазине обуви «Caprice» 63	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	70
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	77

Продолжение табл. 11

1. 2. 3.

-Недостатки в рекламной политике.

-Средний уровень цен.

-Узкий ассортимент.

-Маленькие торговые площади.

-Устаревшее программное обеспечение.

-Увеличение ассортимента, добавление сопутствующих товаров.

- Снижение уровня цен и увеличение торговых площадей позволит получать сверхдоходы.

-Обновление программного обеспечения повысит эффективность технологических процессов. ассортимент ухудшит конкурентную позицию.

- Не продуманная рекламная политика не

удержит покупателей при изменении их вкусов.

Можно сделать вывод, что для предприятия после проведенного анализа наиболее значимыми и вероятными оказались возможности расширения доли рынка, увеличение ассортимента и развитие рекламных и информационных технологий. После позиционирования угроз было выявлено, что к критическому состоянию предприятие могут привести либо выход в отрасль большого числа конкурентов и коренное изменение вкусов потребителей.

Система «Розничный магазин Lite» для компании.

В декабре 2010 года было принято решение о старте проекта и разработан концептуальный проект системы.

В результате совместной работы наших специалистов и представителей заказчика были выявлены и согласованы требования к функционалу системы. Было решено, что система будет поддерживать все стандартные функции POS-терминала и обладать рядом особенностей, таких как:

- кроссплатформенность;
- эргономичный дизайн, идеально подходящий для работы с сенсорным (touch screen) монитором;
- поддержка специальных акций - («Каждый третий товар бесплатно», «Скидка 10% при покупке на сумму более 1000 руб.» и многих других).

Приступили к разработке системы в январе 2011 года. Первый этап — «Оборудование, касса, продажи» был сдан в мае 2011 года, а вторая часть работ — «Информационный обмен, настройка» была выполнена к середине июля 2011 года.

В конце июля состоялось первое внедрение в магазине в ТЦ «Речной» в г. Москве на Windows XP, в начале августа был запущен «Розничный магазин Lite» под Linux в магазине в ТЦ «Гагаринский». Далее мы установили систему еще в трех магазинах O'STIN.

В течение месяца система «Розничный магазин Lite» будет дорабатываться по замечаниям пользователей. По результатам работы системы в пяти магазинах в сентябре будет принято решение о дальнейшем тираже программы в сети магазинов.

Архитектура и технологии.

Каждое рабочее место кассира полностью автономно и не зависит от связи с сервером системы «Розничный магазин», который находится в офисе — центральном или региональном. На одном физическом сервере может быть поднято несколько виртуальных серверов системы «Розничный магазин» (каждый для учета отдельного магазина).

Интеграция системы «Розничный магазин Lite» с ПО «Розничный магазин».

Система разработана на технологии Java. Это позволило обеспечить независимость функционала и интерфейса от используемой операционной системы.

Основные технологии:

- Hibernate (фреймворк для решения задач объектно-реляционного маппинга) — позволил приложению не зависеть от используемой локально СУБД. Компания остановила свой выбор на свободной СУБД PostgreSQL, но может быть использована и другая СУБД.
- Для загрузки справочников и выгрузки продаж используется фреймворк Apache Camel. Это позволяет интегрировать систему «Розничный магазин Lite» с другими приложениями, используя любой вид сетевого соединения и большинство протоколов обмена сообщениями (файловый, HTTP, ActiveMQ, JMS и т. д.).
- Генерация pdf-отчетов и этикеток осуществляется с использованием Apache Velocity.
- Индивидуальные скидки и клубная программа работают, используя онлайн-подключение через веб-сервис к CRM-системе «Спортмастера».

В этом проекте мы широко используем автоматическое тестирование на основе платформы непрерывной интеграции Hudson, что позволяет сохранять промышленное качество и надежность при изменениях любой сложности.

В системе «Розничный магазин Lite» реализованы все стандартные функции POS-терминала и ряд специфических требований, обусловленных особенностями бизнеса заказчика.

Также установлена СУС. Управление складами (СУС) предоставляет гибкую автоматизированную поддержку при обработке всех движений материала и ведении текущего запаса в складском комплексе компании. Система поддерживает планируемую и эффективную обработку всех процессов логистики в пределах вашего склада.

Рекомендации по внедрению.

При управлении складскими запасами посредством Управления запасами SAP (MM-IM) можно управлять количествами и стоимостями запасов на нескольких складах.

В отличие от управления запасом в IM, при управлении запасами в СУС можно отобразить весь складской комплекс подробно на уровне складского места. СУС предоставляет возможность не только посмотреть полный объем материала на складе, но и точно определить, в каком месте складского комплекса в настоящее время находится конкретный материал. В СУС можно оптимизировать использование всех ваших складских мест и движений складских запасов и сохранить запасы материала из нескольких заводов вместе на складах со смешанным хранением. [46]

Интеграция.

СУС полностью интегрирована в среду SAP. Бизнес-процессы, инициируемые в других прикладных компонентах, приводят к физическим движениям материала на вашем складе. Организация, контроль и управление этими движениями материала осуществляется помощью СУС.

Управление складским местом.

Все склады отображаются в Системе управления складами. При этом можно настраивать различные склады, включая автоматические склады, высокополочные, блочные склады или склады с фиксированными местами в различных типах склада согласно вашим потребностям.

Управление запасами материала выполняется на уровне складского места. Эти складские места можно определить согласно вашим собственным условиям. Каждое складское место на вашем складе отображено в системе. Это позволяет контролировать все движения складских запасов на всех стадиях. Таким образом, всегда можно узнать где на складе находится конкретный материал.

Управление запасами SAP и Система управления складами SAP полностью интегрированы. Благодаря процедуре инвентаризации и записью разниц запасов, система обеспечивает постоянное соответствие запаса по данным бухгалтерского учета в Управлении запасами складскому запасу в СУС.

Движение материала.

Все движения материала, затрагивающие ваш склад, обрабатываются СУС. Движения материала включают поступление материала, отпуск материала, перемещение запаса, подготовку материала для производства, автоматическое пополнение запаса, управление опасными материалами и обработку разницы запасов.

СУС оптимизирует емкости склада и материальные потоки, используя приемку на склад и стратегии отпуска, скорректированные в зависимости от ваших индивидуальных потребностей, или, используя единицу складирования.

Планирование и мониторинг.

СУС предлагает обзор всего отпуска материала и складских запасов. Система поддерживает планирование, мониторинг и оптимизацию рабочих процессов. Например, система предоставляет обзор рабочей нагрузки в ближайшие дни или позволяет вовремя вмешаться в критические складские процессы, для того, чтобы движения складских запасов были выполнены вовремя. На PC мониторе можно отобразить фактическую картинку всех операций склада, что означает, что по нему можно контролировать фактическое выполнение работ на складе. [46]

Радиочастотная связь.

С целью эффективного и рентабельного структурирования работы на складе управление действиями сотрудников выполняется посредством передвижных радиотерминалов.

Радиочастотная связь с мобильным вводом даты обеспечивает быструю и безупречную передачу данных. PC аппараты получают данные непосредственно из системы SAP и передают данные обратно. Используя штриховые коды, можно записывать регистрируемую информацию и подтверждать ее. Таким образом, на вашем складе обеспечивается высокий стандарт качества.

Децентрализованная СУС.

СУС может запускаться как автономная децентрализованная система управления складами, независимо от центральной системы планирования ресурсов предприятия (СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ).

Управление складом.

СУС также имеет интерфейс с внешними системами (устройства управления складом) для интегрирования систем автоматической приемки на склад, отпуска со склада или управления автопогрузчиками в систему управления складами для всех движений складских запасов с помощью этого интерфейса ALE. [46]

Помещение обувного магазина располагается на первом этаже жилого дома в центре города. Благодаря наличию большого количества торговых точек проходимость в нем будет высокой. Благодаря наличию косметического ремонта значительно уменьшаются временные и денежные затраты на ремонтные работы.

Площадь помещения – 30 квадратных метров. Оно разделяется небольшими перегородками на три смежных отдела.

Оборудование и мебель

Из мебели стеллажи и витрины для размещения товара, а так же пуфики и зеркала для удобства покупателей. Они изготовлены на заказ в мебельной фирме. Из техники кассовый аппарат, ноутбук и орг. техника. Они подбирались в интернете.

Время работы.

Магазин обуви работает с 10.00 до 21.00 по будням, с 11.00 до 19.00 в субботу и с 11.00 до 18.00 в воскресенье. Данный график работы подойдет как людям, работающим в пятидневку, так и людям со сменным графиком. В то же время не будет переработок персонала в часы наименьшей востребованности магазина.

Наценка на товар составляет 50% от его начальной стоимости. В себестоимость входит как начальная стоимость, так и расходы на заработную плату сотрудников, выплату кредита и другие расходы.

2.2 Организация предоставления услуг в магазине обуви «Caprice»

Благодаря маркетинговым мероприятиям и месторасположению потенциальные покупатели привлекаются в обувной магазин. Далее происходит обслуживание клиентов, происходящее примерно по следующей схеме:

- Потенциальный покупатель проходит в помещение магазина и осматривается. Примерно через пару минут к нему подходит продавец и предлагает ему помочь с выбором.
- Предлагается несколько вариантов товара в соответствии с предпочтениями клиента. Далее происходит примерка.
- Продавец отвечает на все возникающие вопросы и отрабатывает возражения при их наличии.
- Производится оплата, распечатывается гарантийный талон. Покупателю объясняются варианты, при которых возможен возврат товара, в том числе в период гарантийного срока.

Продавец должен не просто совершить продажу, а мотивировать покупателя вернуться повторно для покупок обуви в будущем, что обеспечит дополнительный приток потенциальных клиентов.

Наш магазин не только имеет удачное расположение, но и имеет приемлемые цены в сумме с высоким качеством товара. Такая ценовая политика приведет не только к совершению покупок в настоящем времени, но и к появлению постоянных клиентов магазина. Для них дополнительно предусмотрены накопительные скидки по картам.

Дополнительные услуги в магазине. Условно их можно разделить на платные и бесплатные, для постоянных покупателей и «новеньких», разовые и долгосрочные, оказываемые на месте и предполагающие выезд на дом, стандартные и эксклюзивные, и т.д. Причем одна услуга может сочетать в себе несколько характеристик, и какую из них предпочесть – выбор магазина.

«Вводные» услуги. Это может быть организация распродаж, скидки, разовые бесплатные услуги исключительно для пришедших в первый раз и т.п.

Магазин также может:

1. Принимать заказы от населения:

- составлять список товаров, которых нет, чтобы пополнить ими свой ассортимент;
- формировать подарочные или праздничные наборы разных товаров, одиночные и групповые – например, для корпоративных вечеринок или для школьных утренников;
- поздравлять от имени магазина, как самих клиентов, так и по их просьбе их знакомых и близких; и т.п.

[42]

2. Обязательно иметь в перечне услуг традиционные, без которых порядочный магазин не магазин:

доставка товаров (платная и бесплатная), упаковка подарков, электронная и sms-рассылка с анонсами/перечнем новинок/приглашениями и прочим, возможность «отложить» понравившийся товар на сутки-двое.

3. Консультировать клиентов по поводу особенностей приобретаемого товара или услуги, причём после того, как человек уже что-то приобрёл. Частично этот приём напоминает перекрёстные продажи, только в данном случае дополнительная услуга оказывается силами самого магазина, без привлечения других организаций.

4. Оформлен магазин так, в нем есть зона отдыха/игр для уставших посетителей или детей. Об игровых уголках и говорить нечего: они по-настоящему спасают родителей, пришедших во «взрослые» магазины с детьми. Предложить услуги «сувенирно-подарочного» направления, в том числе как напоминание о посещении магазина: фото с ростовой куклой-эмблемой магазина или фото с Дедом Морозом в канун новогодних праздников, поздравление клиента с днём рождения от имени магазина (если лично, то требует определённых усилий и приглашения клиента к себе; маленькие презенты на традиционные праздники (8 марта, 23 февраля и т.д.); поздравительная гравировка и прочее.

Самое элементарное – дать возможность покупателю упаковать подарок в бумагу (самостоятельно или с помощью вашего сотрудника) или выдавать подарочные пакеты, можно тоже с логотипом магазина.

Магазин предоставляет своим клиентам (очень подходит для повышения лояльности постоянных покупателей) «эксклюзивные» услуги:

- хранить товар оговорённое время (платно или бесплатно);
- завести «клиентский» телефон, чтобы покупатель бесплатно мог позвонить куда-либо – посоветоваться, или по другому неотложному вопросу.

И так далее, всё по вашим возможностям. Периодически устраивать различные event-мероприятия, касающиеся самого магазина – отмечать его «круглые даты», например. Под это дело можно проводить конкурсы среди покупателей, на само празднование приглашать если не известных в шоу-бизнесе личностей, то, как вариант, их двойников, а также аниматоров, певцов и даже уличных танцоров. А ещё оригинально привлечь покупателей, например, к оформлению праздничной витрины, любым подручным материалом. И тогда между магазином и его посетителем налаживается личное отношение, почти семейная связь. А это не может не способствовать частоте покупок, увеличению среднего чека и, как следствие, увеличению прибыли вашего предприятия. [42]

В данном магазине имеются следующие дополнительные услуги:

Магазины могут оказывать покупателям следующие виды дополнительных услуг:

- Прием предварительных заказов на товары, временно отсутствующие в продаже.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 5. - С. 410.
2. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ.
3. Аллин О. Н., Сальникова Н. И. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала: учебное пособие. - М.: Генезис, 2014. - 248 с.
4. Бакирова Г.Х. Психология развития и мотивации персонала: учебное пособие. - М.: Юнити-Дана, 2013. - 440 с.
5. Бебрис А.О. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции /А.О. Бебрис и др. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 17. С. 113-118.
6. Дикунцова А. Е. Разработка рекомендаций по созданию эффективной системы мотивации персонала организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2015. - Т. 8. - С. 156-160.
7. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2012. - 464 с.
8. Жалагина Т.А. (ред.) Психология труда и управления в современной России: организация, руководство и предпринимательство 2014. Материалы Международной научно- практической конференции, посвященной 20-летию факультета психологии и социальной работы. — Тверь: Тверской государственный университет, 2014. — 412 с.
9. Кириллов А.В. Системы интенсивного обучения персонала. Управленческие науки. 2014. №2 (11). - С 70-77. 17.
10. Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Соломатин А.А. Психология управления персоналом. Учебник для бакалавров. — М.: Юрайт, 2014. — 477 с.
11. Лебедева А.Э. Сервисная деятельность. Учебное пособие по дисциплине "Сервисная Деятельность". - Томск: ТУСУР, 2012. - 294 с.
12. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 446 с.
13. Михеева Е. Н., Сероштан М. В. Управление качеством. Учебник. — Москва: Дашков и К 2014 г.— 532 с.
14. Неретина Т.Г. Организация сервисной деятельности - 3-е изд., стер. — Москва: Флин-та 2014 г.— 102 с.
15. Неретина Т.Г. Организация сервисной деятельности.Учеб.- метод. комплекс для студентов высших профессиональных учреждений дневной и заочной форм обучения специальности «Социально-культурный сервис и туризм»] учеб. пособие. — М.: Флинта, 2011.
16. Нечаев В.И. (ред.) Организация консультационной службы в АПК. Учебное пособие / Нечаев В.И., Санду И.С., Демишкевич Г.М., Полутина Т.Н., Земляных Е.И.; Под общ. ред. В.И. Нечаева. — М.: КолосС, 2011. — 206 с.
17. Одегов Ю. Г., Руденко Г. Г., Апенько С. Н., Мерко А. И. Мотивация персонала: учебное пособие. - М.: Альфа-Пресс, 2012. - 640 с.
18. Отраднава Е.В. (ред.). Реклама и связи с общественностью: проблемы, тенденции, перспективы

- развития. Часть 1-2. Сборник студенческих публикаций. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2011. – 175 с. (Ч.1), 207 с. (Ч.2)
19. Пряжников Н. С. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. – М.: Академия, 2012. – 338 с.
 20. Ребров А. В. Факторы формирования мотивации работников // Социологические исследования. – 2011. – № 3.
 21. Романович Ж. А., Калачев С. Л. Сервисная деятельность. — Москва: Дашков и К 2015 г.— 284 с.
 22. Сфера услуг: гражданско-правовое регулирование. Сборник статей / А.В. Асосков, А.В. Барков, А.А. Богер и др.; под ред. Е.А. Суханова, Л.В. Санниковой. М.: Инфотропик Медиа, 2011. – 240 с.
 23. Романова М.М. Исследование опыта управления в индустрии гостеприимства // Наука и образование в XXI веке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 сентября 2013 г.: Часть 24, Тамбов, 2013г. – с.108-109.
 24. Слепцова А. С. Психодиагностика персонала:учебник. – М.: Феникс, 2012. – 320 с.
 25. Стояновская И.Б. Управление мотивацией персонала на различных этапах развития организации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. Специальность: 23.00.02 - Политические институты, процессы и технологии. МГУ им. М.В.Ломоносова. Москва. 2014. — 171 с.
 26. Шаталова Н.И., Галкин А.Г. и др. Управление персоналом на производстве. Учебник. — Екатеринбург: Изд-во УрГУПС, 2013. — 557 с.
 27. Все о мотивации. URL: <https://megamozg.ru/post/2080/>
 28. Для чего нужна мотивация персонала. URL: <http://rosbuh.ru/?page=article&item=874>
 29. Зачем и как мотивировать персонал. URL: <http://vkus-uspeha.ru/2012/09/motivaciya-podchinennyx.html>
 30. Как повысить продажи в розничной торговле с помощью дополнительных услуг. - <https://www.business.ru/article/129-dopolnitelnye-uslugi-magazina-kak-sposob-povysit-prodaji>
 31. Мотивация продавцов магазина: простая, но стимулирует сотрудников работать в 3 раза лучше. - <https://www.gd.ru/articles/8094-motivatsiya-prodavtsov-magazina>.
 32. Понятие и сущность услуги. - <http://www.managersystem.ru/geds-440-1.html>
 33. Понятие и анализ рынка услуг. - <http://dengifinance.ru/ponyatie-i-analiz-rynka-uslug/>
 34. Система управления складами (СУС). - https://help.sap.com/saphelp_afs64/helpdata/ru/c6/f8386f4afa11d182b90000e829fbfe/frameset.htm
 35. Этапы процесса оказания услуг. - https://studopedia.su/14_106188_etapi-protsessa-okazaniya-uslug.html

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/16628>