

# СЕРВИС-СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

*Хузина Э.Ф., Андреева М. . студенты 5331 гр., Поволжская ГАФКСиТ*

*Научный руководитель – Матасова А.К.*

Введение. Динамичное развитие сферы услуг естественно вынуждает руководителей предприятий находить новые конкурентные преимущества для увеличения количества клиентов. Одним из таких преимуществ является сервис-стратегия. В статье рассматривается проблема качественного сервисного обслуживания на предприятиях сферы услуг, в частности сферы рекреации и туризма, обосновывается рациональность затрачиваемых для этого средств, в счет устойчивого развития предприятия в будущем.

Цель исследования: раскрыть ряд направлений, по которым работают предприятия, для достижения устойчивых положительных результатов, за счет сервис-стратегии.

Глобальная нынешняя тенденция к повышению предприятий сферы услуг наконец-то активно начала проявляться и на рынках Российской Федерации. В настоящее время на сферу услуг приходится 2/3 от общего ВВП экономики страны.

Однако, несмотря на положительную динамику развития сферы услуг, иногда остаются недовольными приобретенными услугами, потому, что потребители нередко сталкиваются с некачественным сервисом,

Оказание качественного сервиса является задачей не из легких. У потребителя формируется первоначальное мнение об услуге и предоставляемом сервисе не по ключевым характеристикам услуги, а по форме и манере общения менеджера или специалиста отдела продаж данного предприятия сферы рекреации и туризма.

Сейчас многие руководители российских предприятий стараются включать в общую стратегию задачу предоставления клиентам только качественного сервиса.

Любая организация, старающаяся добиваться успеха в своей деятельности с

наибольшей эффективностью, поднимать качество продукции и услуг с одновременным снижением затрат, рано или поздно приходит к тому, что ее основным конкурентным преимуществом становятся её работники, «которые готовы идти навстречу своим работодателям».

Финалисты Европейской премии качества прекрасно это понимают, что подтверждается результатами исследования: 79,55% крупных предприятий, 88,67% малых и средних компаний и 86,87% филиалов считают работников своим основным ресурсом и наиболее важным фактором достижения успеха. Поэтому повышение удовлетворенности сотрудников наряду с завоеванием потребителя является для них одним из приоритетных направлений деятельности.

Под сервис-стратегией понимается некий план «игры», который максимизирует выигрыш при минимизации затрат. Под выигрышем подразумевается полностью удовлетворенные потребители.

Процесс разработки сервисной стратегии базируется на анализе рынка и потребителя, сервисной концепции компании и тщательном изучении всех доступных рыночных возможностей, а также внутренних и внешних рисков. Разработка сервисной стратегии заключается в определении стратегического видения компании, выборе рынков и целевых сегментов, а также конкурентной, операционной и маркетинговой стратегий. В основе любой стратегии развития компании лежит победа в конкурентной борьбе на рынке, поэтому в сервисной стратегии ставка делается именно на сервис как на ключевой фактор конкурентоспособности и дифференциации.

В практическом применении сервис стратегии на предприятии сферы рекреации и туризма имеет значение не умение сотрудника оказывать качественную услугу, хотя и это немало важно, а его личное желание сделать все, чтобы клиент был рад еще много раз воспользоваться сервисами этого предприятия. Чтобы соблюдалось условие профессионального обслуживания, работникам нужно верить в себя, приобретать привычку делать клиентам комплименты, приобретать чувство уверенности..

В процессе создания сервис-стратегии, ориентированной на потребителя,

ключевую роль играют понимание и принятие всеми сотрудниками принципов, заложенных в основу деятельности компании. Благополучные предприятия сферы рекреации и туризма начинают эту работы уже с набора персонала.

Культура непрерывных усовершенствований является одним из важных факторов успеха предприятий. В постоянно меняющемся мире, в условиях жесткой конкуренции обеспечение стабильности уже не может быть достаточным условием для успешной деятельности предприятий в длительном периоде времени. Постоянное улучшение за счет использования новых технологий, внедрения инноваций и поощрения инициативы сотрудников может стать ключом к достижению высокого уровня конкурентоспособности на рынке.

Для крупных предприятий сферы рекреации и туризма характерно стремление к развитию по всем направлениям и использование гораздо более широкого по набору методов достижения долгосрочного успеха. Малые предприятия, в силу большей ограниченности ресурсов, акцентируют свои усилия на небольшом числе направлений, создающих для них конкурентные преимущества, и стремятся достичь на них максимальной эффективности.

Выводы: Можно выделить такие ряды направлений, по которым двигаются предприятия, достигшие устойчивых положительных результатов своей деятельности, за счет формирования и внедрения сервис-стратегии.

В первую очередь, это, конечно, ориентация на потребителя. Подавляющее большинство успешных предприятий сферы рекреации и туризма считают удовлетворение потребителя основой своей деятельности.

Вторым большим блоком является работа с персоналом. Многие предприятия сферы рекреации и туризма стремятся создать сильную корпоративную культуру, ориентированную на удовлетворение потребителя и совершенствование деятельности, используют делегирование полномочий и командную организацию труда для вовлечения работников в дела компании и повышения уровня ответственности за выполняемую работу.

## РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА

для участия в V Всероссийской научно-практической конференции  
молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов  
«Актуальные проблемы теории и практики  
физической культуры, спорта и туризма»  
(Казань, 20 апреля 2017 года)

1. Ф.И.О. автора(ов)\_\_\_\_\_Хузина Эндже Фаритовна\_\_\_\_\_
2. Ф.И.О. руководителя\_\_\_\_Матасова Алсу Камилевна\_\_\_\_\_
3. Заголовок тезисов\_\_\_\_\_СЕРВИС-СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА\_\_
4. Место учебы, работы \_\_\_\_ПГАФКСиТ\_\_\_\_\_
5. Телефон (сот), E-mail\_\_\_\_89274791366;\_\_enje-1997.05@mail.ru\_\_\_\_\_
6. Номер секции\_\_\_\_\_

## РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА

для участия в V Всероссийской научно-практической конференции  
молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов  
«Актуальные проблемы теории и практики  
физической культуры, спорта и туризма»  
(Казань, 20 апреля 2017 года)

1. Ф.И.О. автора(ов)\_\_\_\_\_ Андреева Мария \_\_\_\_\_
2. Ф.И.О. руководителя\_\_\_\_ Матасова Алсу Камилевна\_\_\_\_\_
3. Заголовок тезисов\_\_\_\_\_ СЕРВИС-СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА\_\_\_\_\_
4. Место учебы, работы \_\_\_\_ ПГАФКСиТ\_\_\_\_\_
5. Телефон (сот), E-mail\_\_\_\_\_
6. Номер секции\_\_\_\_\_