

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки, специальности)

Логистика и управление цепями поставок
(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Совершенствование логистики сервисного обслуживания в организации (на примере ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»)

Студент

К.А. Дишнеев

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент Е.А. Богардт

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время основной проблемой компаний сферы услуг является сложность в формировании качественного обслуживания из-за низкой изученности логистики сервиса.

Целью исследования является разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование сервисного обслуживания в организации ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

Объектом исследования выступает ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

Предмет исследования – социально-экономические отношения, возникающие в процессе сервисного обслуживания клиентов.

Для подготовки бакалаврской работы использовались следующие методы исследования: сравнение, обобщение, маржинальный анализ, а также методы статистики, методы исследования общественного мнения.

Краткие выводы по бакалаврской работе: в исследовании проведен анализ состояния логистики сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский». На основании полученных результатов предложены направления совершенствования информационной поддержки оказания санаторно-курортных услуг.

Практическая значимость работы заключается в том, предлагаемые рекомендации, разработанные на основе проведенного исследования, могут быть реализованы в сфере логистики сервисного обслуживания санаторно-курортных организаций.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка используемой литературы из 28 источника и 3-х приложений. Общий объем работы без приложений 81 страница машинописного текста, в том числе таблиц – 14, рисунков – 24.

Содержание

Введение	4
1 Теоретические аспекты логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации.....	8
1.1 Логистика сервисного обслуживания санаторно-курортной организации: понятие, сущность, специфика	8
1.2 Основные направления совершенствования логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации	25
2 Оценка логистики сервисного обслуживания в ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».....	34
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»	34
2.2 Анализ логистики сервисного обслуживания в организации.....	46
3 Совершенствование логистики сервисного обслуживания в организации ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»	58
3.1 Разработка рекомендаций по внедрению системы сбора обратной связи от клиентов ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский».....	58
3.2 Внедрение МИС «Медialog» ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский».....	64
Заключение.....	77
Список используемой литературы	79
Приложение А Техничко-экономические показатели ООО «Куурорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»	83
Приложение Б Параметры обслуживания отдыхающих в санаторно-курортных организациях	84
Приложение В Сравнение функциональных особенностей МИС	85

Введение

Актуальность темы исследования, заключается в том, что в современных экономических реалиях наблюдается резкое изменение модели бизнеса в целом. На смену низкому уровню конкуренции и высоким темпам роста продаж приходит тенденция концентрации влияния у клиента. Данный фактор обуславливает важность вопроса сохранения конкурентных преимуществ и поиск новых источников роста и развития. Сфера услуг занимает более 55% от общего объема ВВП России.

Значимость формирования системы логистического сервиса отражена в научных работах разных авторов, однако, ее рассмотрение проходит в точки зрения лишь конкретного одного аспекта. Например, структуры логистического сервиса, либо восприятия логистического сервиса потребителями и прочее. Лишь немногие авторы предлагают комплексный подход к формированию логистики сервисного обслуживания [4].

Теоретическая и практическая значимость проблем логистического сервиса подтверждается широким кругом публикаций зарубежных и отечественных ученых. Авторы исследовали роль логистики в системе обслуживания клиентов, составляющие логистического сервиса, принципы его формирования, а также способы оценки результатов оказания логистических услуг. Значимость сервисного обслуживания клиентов в деятельности организаций рассматривают такие авторы, как Аристова В.М., Бауэрсокса Д., Дыбской В.В., Канке А.А., Клосса Д., Ковалкова В.А., Ламберта Д.М., МакДональда М., Мельдрума М., Приймак Е. В., Сергеева В.И., Сопина В.Ф., Шумаева В.А. и др. [8] Проблемы формирования системы сервисного обслуживания, факторы, оказывающие влияние на ее разработку, этапы ее создания описаны в трудах Йона Х., Кристофера М., ЛяБерге Л., Магилла П., Стока Дж.Р., Ламберта Д.М., Луэре Х. и др. Влияние качества сервисного обслуживания на результативность компании отражено в

работах Врата П., Гешмука С.Г., Исмаиловой Р.Н., Ламберта Д.М., Сеса Н., Сопина В.Ф., Приймак Е.В. и др. Подходы и модели оценки качества логистического сервиса предлагают Абрамова Е.Р., Батлер Дж.Р., Джеффри М.М, Дыбская В.В., Малоне С.Л., Мауэргауз Ю.Е., Менцер Дж.Т., Сергеев В.И., Флинт Д.Дж., Хальт Т.М. и др [30].

Высокая актуальность темы, не достаточная проработка теоретических, и практических аспектов логистики сервисного обслуживания, в частности, в рамках деятельности организаций, функционирующих в сфере услуг обуславливают актуальность выбранной темы бакалаврской работы.

Целью исследования является разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование сервисного обслуживания в организации «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

В соответствии с поставленной целью необходимо решение следующих задач:

- исследовать аспекты логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации;
- рассмотреть основные направления совершенствования логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации;
- представить организационно-экономическую характеристику ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»;
- провести анализ логистики сервисного обслуживания в организации;
- предложить мероприятия, направленные на совершенствование логистики сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»;
- провести оценку эффективности предложенных рекомендаций.

Объектом исследования является ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

Предметом исследования – социально-экономические отношения, возникающие в процессе сервисного обслуживания клиентов.

В работе использованы следующие научные методы: сравнение, обобщение, маржинальный анализ, а также методы статистики, методы исследования общественного мнения.

Информационной базой исследования выпускной квалификационной работе явились Конституция РФ, Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», Приказ от 28 сентября 2020 года № 1029н «Об утверждении перечней медицинских показаний и противопоказаний для санаторно-курортного лечения», Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23.02.1995 № 26-ФЗ, Постановление Правительства РФ «Об утверждении положения о признании территорий лечебно-оздоровительными местностями и курортами федерального значения» от 07.12.1996 № 1426, Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации «О внесении изменений в Порядок организации санаторно-курортного лечения, утвержденный приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 5 мая 2016 г. № 279н» от 25.09.2020 № 1028н [26], Приказ Минздравсоцразвития РФ «О порядке организации работы по распределению путевок и направлению больных из учреждений, оказывающих специализированную, в том числе высокотехнологичную, медицинскую помощь, на лечение в санаторно-курортные учреждения, находящиеся в ведении Минздравсоцразвития России» от 27.03.2009 № 138н, Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации «Об утверждении порядка и сроков разработки клинических рекомендаций, их пересмотра, типовой формы клинических рекомендаций и требований к их структуре, составу и научной обоснованности включаемой в клинические рекомендации информации» от 28.02.2019 № 103н, статистические данные Росстата и ведущих консалтинговых агентств, научные публикации, монографии

ведущих зарубежных и отечественных ученых, финансовая отчетность ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» за 2019 – 2021 гг.

Практическая значимость работы заключается в том, предлагаемые рекомендации, разработанные на основе проведенного исследования, могут быть реализованы в сфере логистики сервисного обслуживания санаторно-курортных организаций.

Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 35 источника и 2-х приложений. Общий объем работы 86 страниц машинописного текста, в том числе таблиц – 15, рисунков – 25.

Во Введении обоснована актуальность темы бакалаврской работы, определены цель и задачи, предмет, объект и методы исследования.

В первом разделе будут рассматриваться теоретические аспекты понятие, сущность и специфика логистического сервиса обслуживания, а также основные направления совершенствования логистики сервиса курортно-санаторных организаций.

Во втором разделе будет проведен анализ экономического состояния ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский», анализ факторов, влияющих на логистический сервис, анализ логистических потоков компании, а также дана оценка общему состоянию логистики сервисного обслуживания компании.

В третьем разделе работы будут предложены мероприятия, позволяющие повысить эффективность логистики сервисного обслуживания, что будет способствовать повышению эффективности деятельности организации ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» в целом.

В заключении будут изложены основные выводы и результаты бакалаврской работы.

1 Теоретические аспекты логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации

1.1 Логистика сервисного обслуживания санаторно-курортной организации: понятие, сущность, специфика

Актуальность логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации обусловлена изменениями в потребностях клиентов, требованиями стандартов обслуживания, формированием эффективной и оперативной работы во всех процессах, связанных с обслуживанием. В связи с этим возникает необходимость контроля и оптимизации всех процессов, задействованных в области логистики сервисного обслуживания.

Сфера сервиса присутствует в повседневной жизни каждого человека. Экономика услуг по числу сотрудников, занятых в сервисной деятельности, и размеру вклада в национальный доход сервисные предприятия вышли на уровень материального производства и превзошли его. Так, доля добавленной стоимости сферы услуг в процентах от ВВП составила в 2020г. более 50%

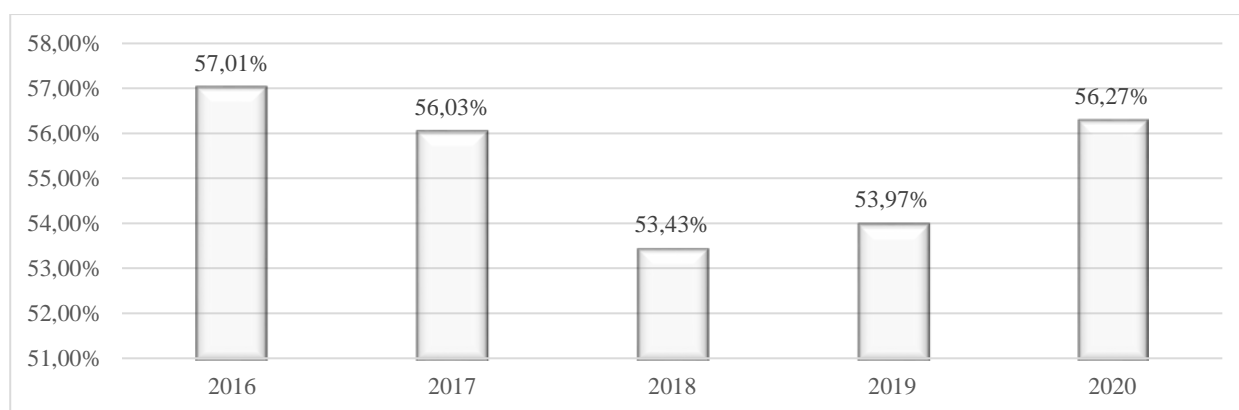


Рисунок 1 – Добавленная стоимость сферы услуг в процентах от ВВП РФ [23]

Как видно на рисунке 1, динамика объема добавленной стоимости услуг в общем объеме ВВП за последние 3 года имеет положительную тенденцию. И в

2020г доля экономики услуг превзошла уровень доковидного 2018г. Это связано с активным развитием отечественной экономики в условиях локдауна. На сегодняшний день в рамках осложнения политической ситуации в мире, ввода большого числа ограничений по отношению к экономике нашей страны данный показатель продолжит расти в связи с ростом спроса на услуги российских компаний в условиях импортозамещения (перевозки, сервисное обслуживание, сфера курортного обслуживания и прочее).

Услуга выступает как средство удовлетворение индивидуальных потребностей клиентов, инструментом процесса обслуживания, а также формой взаимоотношения между людьми. В современном мире экономика услуг определяет благосостояние населения, общества и государства [14]. Сервисная деятельность, таким образом, оказывает существенное влияние на уровень национальной экономики и, в тоже время, представляет важность для обеспечения жизнедеятельности населения страны. Как следует из данных, приведенных на рисунке 1, сфера услуг является одной из динамично развивающихся областей в XXI столетии [22].

Рынок услуг специфичен и многогранен. Рентабельность сферы услуг зависит от разнообразия ассортимента предлагаемых услуг, а также от качества оказания услуг, включая и качество обслуживания, уровень которого в первую очередь определяется уровнем квалификации персонала, культурой поведения сотрудников. В сфере услуг реализуется повсеместно принцип дополняемости услуг, например, туристские услуги соединяются с гостиничными, транспортными и услугами общественного питания [5]. Рынок услуг зависит от местности оказания услуг. Это связано с транспортной развязкой, так как процесс оказания услуги происходит при контакте потребителя и исполнителя различными способами, как в месте расположения клиента, так специалиста [24].

Структура сферы услуг включает несколько отраслевых направлений, которые схематично представлены на рисунке 2.

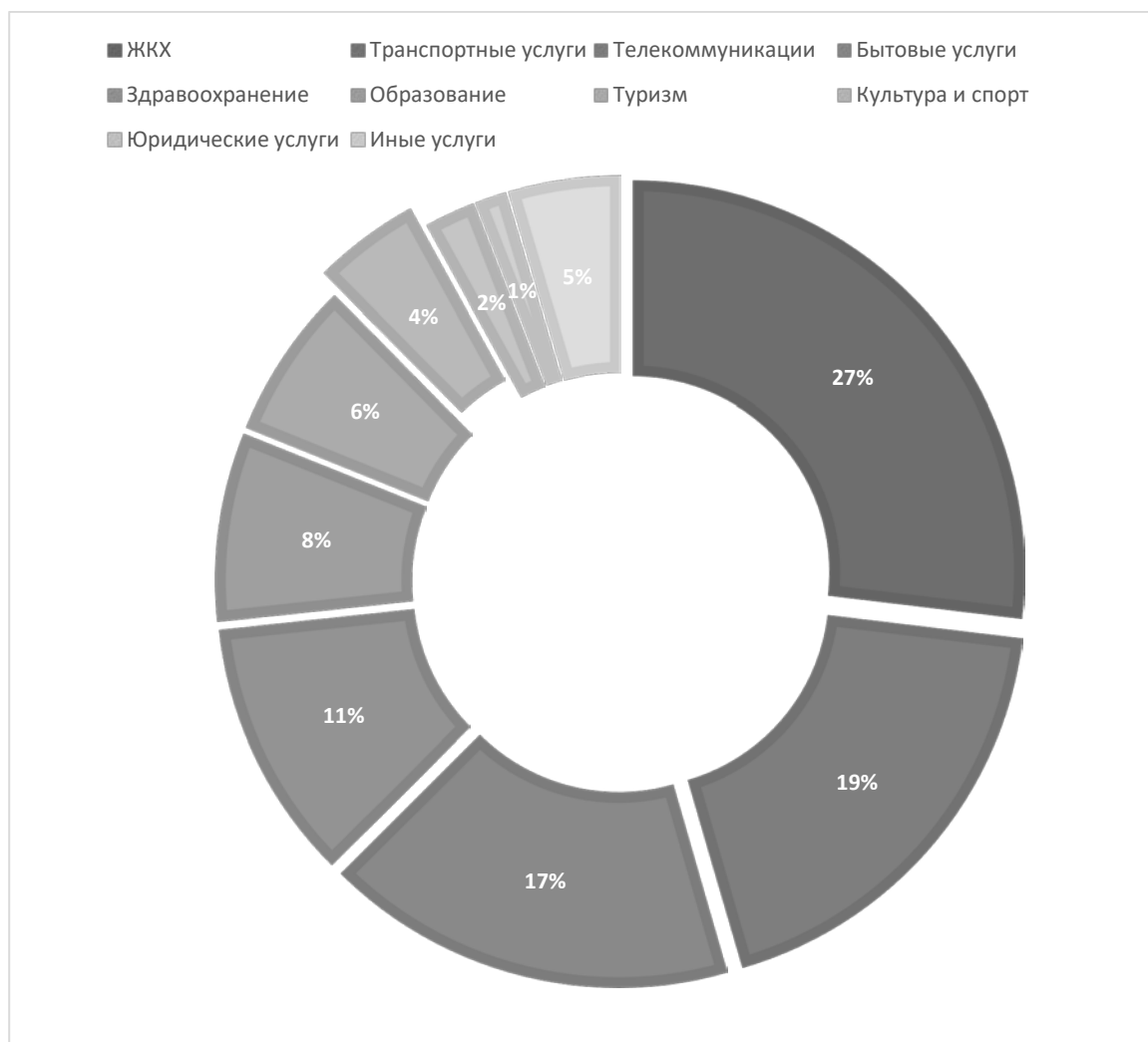


Рисунок 2 – Структура сферы услуг [33]

Рассматривая сущность экономики услуг, следует отметить основные отличительные черты услуги от товара, к которым относятся [9]:

- нематериальный характер;
- неразрывность процесса производства услуги и обслуживания;
- изменчивость как качества производства услуги, так качества и обслуживания;
- невозможности осуществления транспортировки;
- невозможности накопления и хранения;
- сложность взаимозаменяемости услуг.

В связи с этим, в сфере услуг присутствует риск, несоответствия качества услуги ожиданиям потребителя. Аспект того, что качество не является постоянной величиной, также влияет на сферу услуг. Современный клиент помимо того, что имеет множество потребностей, также и может предъявлять разные требования к качеству. Например, на текущий момент одного и того же клиента будет устраивать определенный уровень качества, а по истечении определенного времени – требования к качеству будут другие. И желания клиента, в свою очередь, являются основой разработки новых продуктов в разных сферах деятельности.

Важным фактором удовлетворенности клиента является сервисное обслуживание. В рамках современных реалий сервисное обслуживание выступает одним из элементов логистики компании [15].

Понятие «логистика сервисного обслуживания» среди авторов имеет ряд различных вариантов трактовки:

- «процесс координации логистических операций» [15]
- «совокупность функций и видов деятельности всех систем предприятия» [8]
- «услуги по поставке» (delivery service), «обмен информацией» (information exchange), «услуги логистики» (logistics services), воздействующие на обслуживание клиентов [21]
- часть «общей политики обслуживания потребителей» [8]

Мнение некоторых ученых, которые под логистическим обслуживанием понимают «совокупность функций и видов деятельности всех систем предприятия, обеспечивающих связь «предприятие – потребитель» в разрезе каждого материального и информационного потока» [6] являются достаточно широким подходом, поскольку наделяют ответственностью за обслуживание клиентов все функциональные области компании, все подразделения организации [2].

Несмотря на разные подходы ученых к определению этой дефиниции, можно выделить два основных аспекта в вопросе понимания логистики сервисного обслуживания. В первую очередь «потребности клиента признаются в качестве основного регулирующего механизма деятельности предприятия в отношении логистического обслуживания» [9]. Во вторую – «клиент должен получить явные преимущества от деятельности логистики компании-поставщика: должны быть учтены и удовлетворены его требования при имеющихся у компании-поставщика ресурсах» [9].

Основу логистического обслуживания представляет логистический сервис, определяемый как отражение логистической системы:

- «с точки зрения полезности времени и места каждого продукта» [10],
- «отражение совместной работы логистики и маркетинга» [30]
- «получение участниками логистической системы явно выраженных дополнительных выгод» [9].

Авторы А.Б. Левина, Ю.С. Якунина под логистикой сервисного обслуживания понимают комплекс действий, направленных на формирование нематериальных логистических операций, способствующих обеспечению максимального удовлетворения потребительского спроса [17].

О. В. Маркова, исследуя современное состояние и перспективы развития логистического сервиса, отмечает, что под логистикой сервисного обслуживания понимается осуществление контроля производственно-сбытовой деятельности предприятия, отслеживание основных потребностей обслуживания потребителей, а также организации обслуживания для достижения целевых показателей сервиса [21].

По мнению Р. Линдерса, логистика сервисного обслуживания является важным звеном в системе планирования и успешного функционирования предпринимательской деятельности, в том числе для достижения целей и задач,

достижения плановых показателей по выручке, формированию позитивного имиджа и лояльности клиентов [19].

Таким образом, логистика сервисного обслуживания представляет собой особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями, а сервисная деятельность – это форма удовлетворения потребностей человека и общества в целом.

Логистика сервисного обслуживания как область деятельности организации выполняет следующие функции:

- предоставление услуг согласно индивидуальным потребностям и вкусам потребителей в виде материальных и нематериальных благ;
- обслуживание процесса потребления;
- создание условий для быта, отдыха и досуга;
- увеличение свободного времени и его рациональное использование;
- формирование условий, образ и уровень жизни населения.

Сервисное обслуживание охватывает множество предприятий различной специализации. Процесс логистики сервисного обслуживания индивидуален в каждой организации, носит творческий характер, дифференцирован во времени, срокам и способам предоставления услуг. Сложность сервиса выражается в огромном на сегодняшний день ассортименте услуг, выбор которых бывает непростым для потребителей или же не соответствует их запросам и представлению [19].

Исследуя логистику сервисного обслуживания в санаторно-курортной сфере, необходимо классифицировать организации, функционирующие на рынке этой отрасли, по видам деятельности, что отражено на рисунке 3.

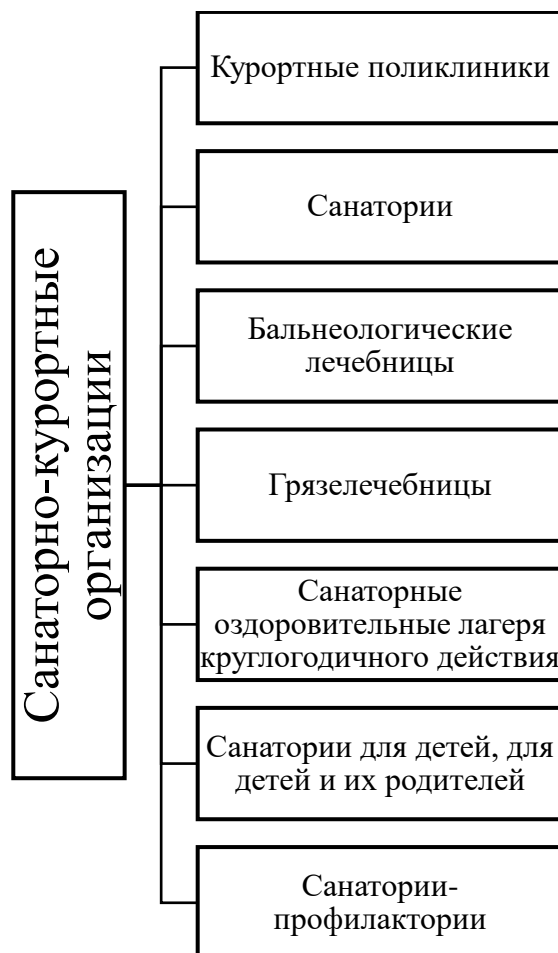


Рисунок 3 – Виды санаторно-курортных организаций

Темпы развития сферы санаторно-курортного обслуживания в России за последние годы несколько снизились. Это обусловлено рядом причин, основной из которых является пандемия коронавируса и вызванные ею кризисные последствия. На рисунке 4 представлена динамика по количеству организаций санаторно-курортной отрасли России за 2015-2020 гг.

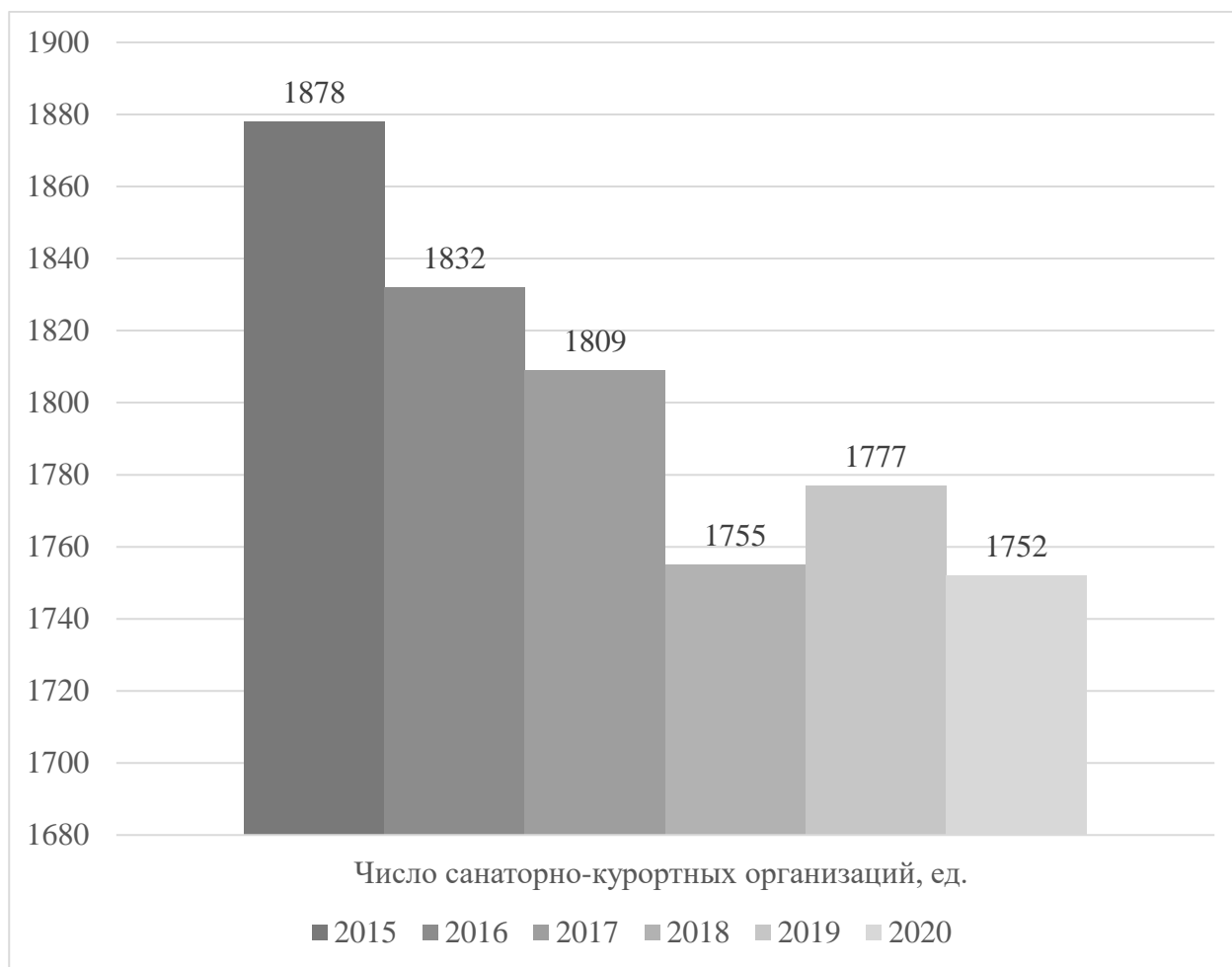


Рисунок 4 – Динамика количества организаций санаторно-курортной сферы в России [33]

На рисунке 5 представлены показатели по доходам и расходам организаций санаторно-курортной отрасли в России за 2015-2020 гг.

Таким образом, исходя из представленных статистических данных, начиная с 2015 года, происходит снижение количества санаторно-курортных организаций в России и, по сравнению с 2015 годом, на конец 2020 года количество санаторно-курортных организаций сократилось на 126 единиц. Доходы санаторно-курортных организаций снизились за исследуемый период, в частности в 2020 году сокращение доходов по сравнению с 2019 годом составило 30%. Очевидным негативным аспектом, повлекшим изменение количества организаций и сокращение доходов, стало введение ограничительных мер в

условиях пандемии коронавируса. В этой связи, с целью наращивания клиентской базы и восстановления отрасли после кризиса, формирование качественного логистического сервиса в санаторно-курортном обслуживании приобретает еще большую значимость.

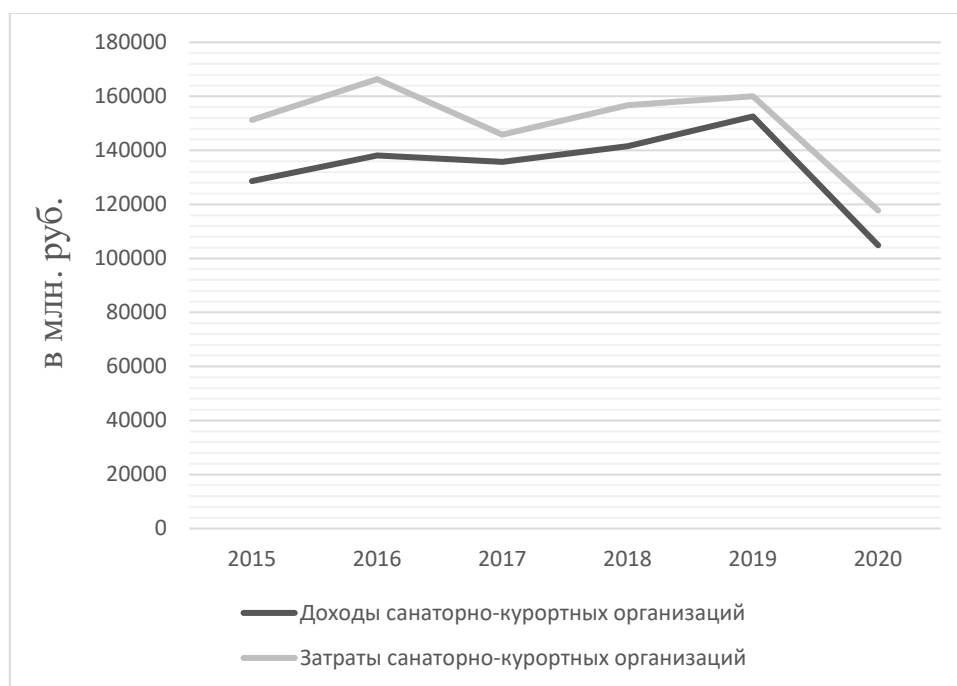


Рисунок 5 – Динамика по доходам и расходам организаций санаторно-курортной отрасли в России

Для создания конкурентных преимуществ организации на рынке санаторно-курортной отрасли в настоящее время недостаточно развитой материально-технической базы, исключительно важно совершенствовать сервис, устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения с клиентами, и формировать в их сознании положительный образ организации.

Повышение качества предоставляемых санаторно-курортными организациями услуг – это задача, обусловленная, прежде всего, обострением конкуренции на рынке услуг и трансформацией потребительских предпочтений. Таким образом, сервисное обслуживание выступает в качестве базового фактора,

обеспечивающего современным санаторно-курортным организациям эффективное функционирование, достижение плановых показателей выручки, прибыли, рентабельности и т.д. [15].

Сущность санаторно-курортного обслуживания заключается в предоставлении услуг лечебного и профилактического профиля с преимущественным использованием природных лечебных факторов, к которым относятся: климатические условия, наличие минеральных вод, грязевых источников и т.д.

Логистику сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации можно обозначить через следующие аспекты:

- техническое качество, которое связано, прежде всего, с результатом, получаемым клиентом в рамках обслуживания. Это материальные составляющие услуги, например, предоставленный гостю номер, услуги трансфера и т.д.;

- функциональное качество, наоборот, это не столько материальная составляющая предоставляемых услуг, а их форма. Этот аспект качества во многом определяется человеческим фактором, придавая изменчивость процессу обслуживания. Можно говорить, что функциональное качество требует особого внимания в рамках процесса управления и предполагает разработку и внедрение стандартов для процессов обслуживания, должностных инструкций, поддерживающих их выполнение;

- общественное (этическое) качество связано с обеспечением безопасности предоставляемых услуг для жизни и здоровья потребителей, защите их имущества и окружающей среды;

- внедрение в деятельность санаторно-курортной организации сервисов и программного обеспечения, на основе которых осуществляется информационная поддержка сервисного обслуживания;

– оптимизация материальных потоков в системе обеспечения санаторно-курортной организации оборудованием, продуктами питания, медицинскими препаратами и т.д.

– осуществление контроля обслуживания клиентов и внесение необходимых изменений в данный процесс с целью его оптимизации и т.д.

– организация клиентского потока в процессе оказания медицинского обслуживания отдыхающих, которая исключает потери времени клиентов на незапланированное ожидание при получении лечебно-курортных услуг;

– наличие высоко квалифицированного персонала, обладающего необходимыми для обеспечения качественного сервисного обслуживания компетенциями.

Система организации логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации представлена на рисунке 6.

Система включает в себя два уровня. На первом осуществляется разграничение трех комплексов функциональных услуг в курортно-санаторной компании. На втором уровне системы логистического обслуживания отражены элементы логистических услуг, характеризующиеся конкретными операциями, исполнение которых требуется в рамках рассматриваемой логистической услуги. Данный уровень предполагает разработку стандартов и правил оказания логистических услуг внутри компании.

Функциональные подсистемы

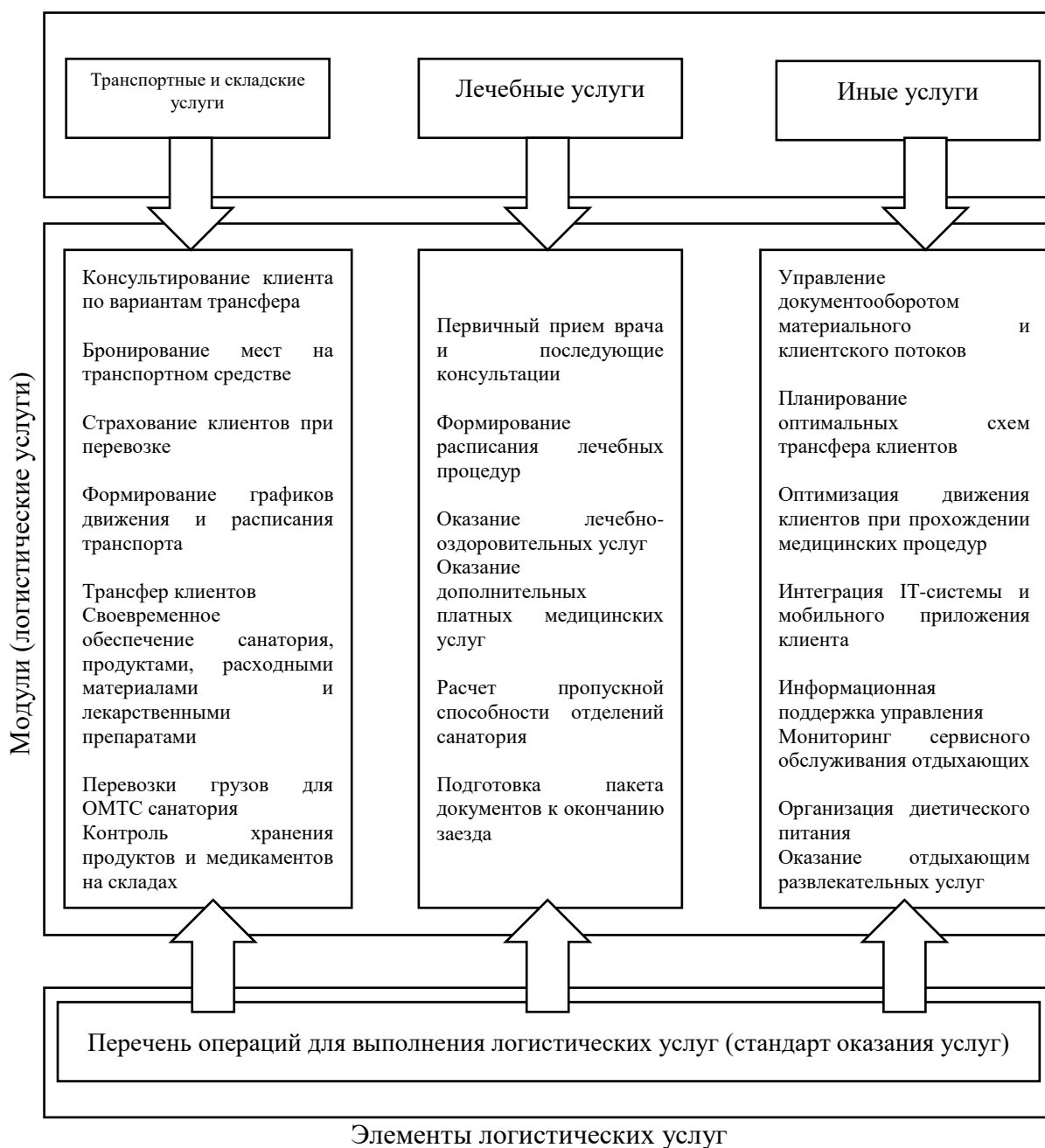


Рисунок 6 – Система логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации

Для понимания движения и взаимосвязи потоков внутри санаторно-курортной организации в рамках сервисного обслуживания была построена модель потоков, представленная на рисунке 7.

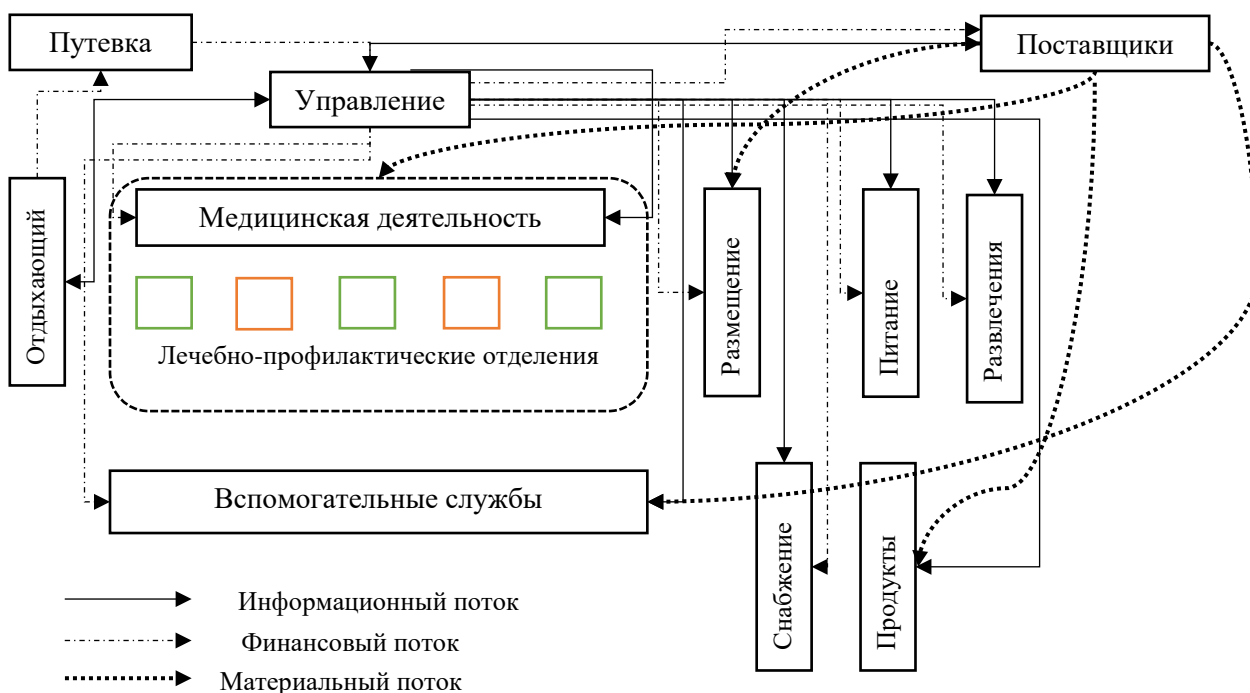


Рисунок 7 – Модель потоков сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации

Как видно из представленной схемы, осуществление логистики сервисного обслуживания начинается с момента обращения потенциального клиента в санаторно-курортную организацию и последующим приобретением путевки. Комплексная деятельность сервисного обслуживания включает следующие функциональные области: оказание медицинских услуг, организация диетического питания, размещение, трансфер, организация досуга отдыхающих. Логистические потоки охватывают все бизнес-процессы компании санаторно-курортного сектора. Как видно на рисунке 7, информационный поток берет начало от клиента и его заинтересованности в покупке путевки, далее происходит обмен информацией между управлением санатория и клиентом. После принятия решения о покупке формируется финансовый поток «клиент-путевка-управление», который параллельно с информационным потоком переходит во все подразделения компании. Финансовый поток, однако, формируется и во внешней среде – «санаторий-поставщик». После оплаты

товаров под сформированную потребность происходит формирование третьего, материального потока «поставщик-подразделения компании», обеспечивающего санаторий необходимыми медикаментами, расходными материалами, продуктами питания, трансфером и пр. Все это формирует логистику сервиса организации.

Компаниям санаторно-курортного сектора присущи следующие особенности [11]:

- формирование культуры обслуживания как части организационной культуры;
- фокусировка на управление человеческим капиталом (кадровая политика) как основы качественного сервисного обслуживания;
- формирование информационной среды, обеспечивающей требуемую информированность сотрудников;
- введение эффективных систем мотивации персонала.

При изучении санаторно-курортного продукта, можно прийти к выводу, что он является комплексом и состоит из разнообразных услуг, предоставляемыми различными сферами, образуя единый продукт в виде «пакета услуг», подобранного для клиентов в зависимости от их потребностей. В связи с тем, что клиент сам варьирует составляющие «пакета», санаторно-курортный продукт в каждом конкретном случае носит индивидуальный характер. Любой продукт должен обеспечивать удовлетворение потребностей потребителя. Причем один и тот же продукт может приносить потребителям разную полезность. Соответственно, и ожидания потребителя от, на первый взгляд, однородных продуктов могут очень сильно различаться качественно [19].

В практике санаторно-курортного обслуживания выделяют понятие объективного уровня качества как пересечения интересов клиентов, руководства санаторно-курортной организации и персонала. Согласно представлению, на рисунке 8, сопоставление ожиданий клиентов и реального исполнения

санаторно-курортных услуг формирует объективный уровень качества логистики сервисного обслуживания.



Рисунок 8 – Объективный уровень качества сервисного обслуживания

Возникающие различия между ожиданиями потребителей и реальным исполнением услуг связаны с рядом факторов, которые условно можно разбить на три направления [16]:

- если руководством санаторно-курортной организации недостаточно уделяется внимание проведению исследований в части выявления потребительских предпочтений, то может ситуация, когда качество с точки зрения клиентов санаторно-курортной организации (основанное на личном опыте, мнении друзей и авторитетных лиц) выглядит на самом деле иначе, чем это формулируется руководством;
- персонал санаторно-курортной организации может не понимать задачи, поставленные руководством в части обеспечении качества или в организации может отсутствовать система контроля качества, что в результате приведет к расхождению в определении качества между руководством и между

ожиданиями стремление руководства удовлетворить потребности клиентов может привести к заявлению об установлении слишком высокого уровня ожиданий для клиентов, который не может быть удовлетворён в существующих организационно-технических характеристиках санаторно-курортной организации без удовлетворения интересов своих сотрудников, поставщиков и других партнёров.

Рассмотрение возникающих различий между ожиданиями потребителей и реальным исполнением услуг позволяет сделать вывод, что достижение запланированных целей в рамках процесса управления качеством и логистикой сервисного обслуживания не может быть задачей только руководителя санаторно-курортной организации, необходима организация взаимодействия всех функционально-организационных элементов в рамках бизнес-процессов санаторно-курортной организации [28]. Ведущую роль в логистике сервисного обслуживания играют лечебно-профилактические отделения, служба питания, договорной отдел, служба приема и размещения. Поддержка сервисного обслуживания осуществляется сотрудниками отделов планирования, обеспечения (снабжения), информационных технологий. Бесперебойную эксплуатацию медицинского и хозяйственного оборудования, техническое и хозяйственное обслуживание номерного фонда и служебных помещений обеспечивают вспомогательные подразделения. Управление сервисным обслуживанием осуществляется руководством санатория (Рисунок 7).

Существует тесная корреляционная зависимость между качественным обслуживанием, уровнем удовлетворенности клиентов и экономической эффективностью деятельности санаторно-курортной организации. На рисунке 9 представлена модель влияние обслуживания клиентов на результативность деятельности компании в целом. Чем выше уровень качества предоставляемых услуг, тем выше уровень удовлетворенности клиентов. В исследованиях, посвященных улучшению логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортных организациях, отмечается зависимость между качеством услуг и

уровнем прибыли. То есть можно сделать вывод, что, обеспечивая высокий уровень качества исполнения услуг и обслуживания, руководство санаторно-курортной организации может рассчитывать на формирование положительного имиджа, что приводит к увеличению ее доходов.

Таким образом, исследование теоретических аспектов логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации позволило сделать следующие выводы. Логистика сервисного обслуживания выступает важным элементом в работе санаторно-курортных компаний. Она включает в себя внутренние и внешние информационные потоки («клиент-компания», «компания-поставщик», «сотрудник-сотрудник» и прочее), материальные потоки (обеспечение санаторно-курортной организации необходимым оборудованием, препаратами, питанием и т.д.), финансовые потоки (оплата путевок и услуг, движение средств между отделами и т.д.), а также обеспечивает контроль и оптимизацию качества обслуживания клиентов (рисунок 9).

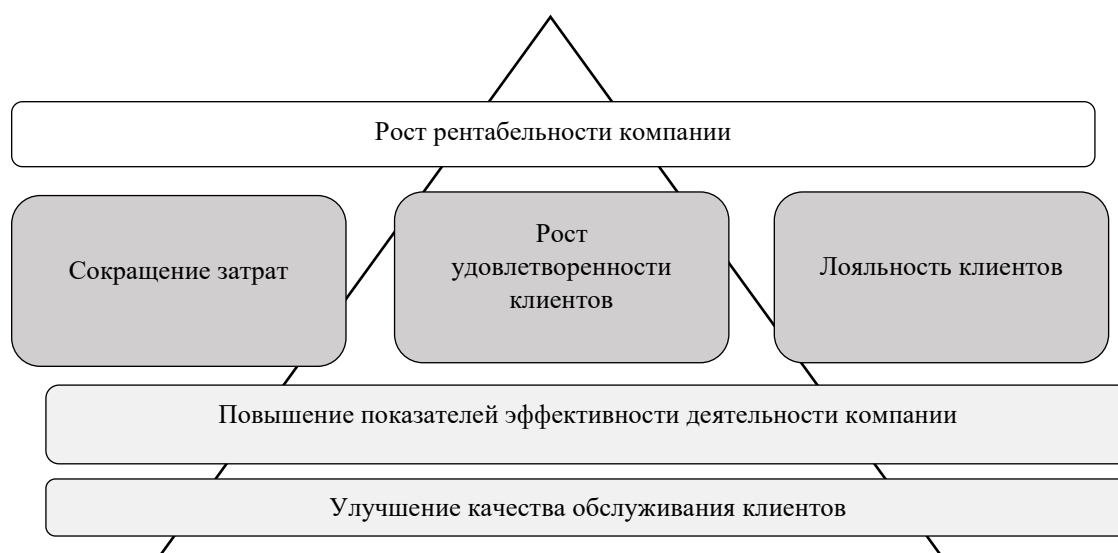


Рисунок 9 – Влияние обслуживания клиентов на результативность деятельности компании

Логистика сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации определяется взаимодействием между информационным, материальным и финансовым потоками в рамках оказания лечебно-оздоровительных услуг, направленном на достижение высокого уровня качества обслуживания отдыхающих. Это способствует повышению лояльности клиентов, укреплению имиджа санаторно-курортной организации, и, соответственно, обеспечению ее финансового благополучия.

1.2 Основные направления совершенствования логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации

В условиях жесткой конкуренции на рынке санаторно-курортных услуг, успешность организации определяется уровнем ее клиентоориентированности. И одним из первых шагов в этом направлении является формирование идеологии организации, включая формулирование видения, миссии, ценностей, разработку правил и стандартов обслуживания, определение правил, касающихся вопросов сохранения репутации и активов бизнеса (комплаенс), и принципов работы.

Так, к основным принципам работы санаторно-курортной организации можно отнести: принцип заботы, принцип простоты, принцип комплексности решений, принцип вовлеченности и удовлетворенности [12].

Так, например, принцип заботы включает в себя два основных направления: о внешних клиентах и о внутренних. В первом случае усилия направляются на создание комфортных условий, профессиональную и оперативную деятельность контактного персонала, отзывчивость сотрудников, Персонал обладает soft skills, благодаря которым чувствует клиента и рады ему помогать [18].

Необходимо использовать каждую точку контакта (многочисленные разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией) как еще одну возможность повлиять и измерить впечатления

клиента. Ведь именно в точке контакта клиенты принимают критически важные решения: выбор места отдыха, повторное посещение санатория и т.д. Точками контакта бизнеса могут быть сайт, ресепшен, вывеска, документация, реклама, корпоративные автомобили, печать, коммерческое предложение и, конечно, сам продукт. Точки контакта услуги – название, презентация, буклет, отзывы клиентов, кейсы публикации. Точки контакта сотрудника – улыбка, опрятный вид, прическа, униформа, бейдж, осанка, речевые шаблоны. Клиента должны узнавать во всех точках контакта, это обеспечит бесшовную и непрерывную взаимосвязь с ним. Дизайн точек контакта удобен, понятен клиенту и у него не возникает проблем с поиском информации.

Следует отметить, что забота о внутренних и внешних клиентах очень взаимосвязана. Уделять должное внимание отдыхающим, обеспечивать высокий уровень сервисного обслуживания невозможно без работы с персоналом и вовлечения всех сотрудников в процесс оказания санаторно-курортных услуг. Квалификация и клиентоориентированность персонала являются основой предоставления сервиса высокого уровня, поэтому очень важно создать атмосферу сотрудничества и доброжелательности в организации, комфортные условия для работы и общения с клиентами. Сотрудники должны ощущать свою значимость, осознавать, что руководство уделяет достаточное внимание их нуждам. Если компания хочет получить клиентоориентированных сотрудников, необходимо проработать систему их мотивации, ориентированную на высококлассное обслуживание отдыхающих.

Ни одна компания не сможет работать эффективно, если ее бизнес-процессы не отлажены, а обязанности людей плохо распределены. Поэтому невозможно достичь высоких результатов, не имея сильной системы менеджмента, распределения и делегирования полномочий, взаимодействия между отделами и построения диалога с клиентами. В случае если в компании система управления недостаточно продумана, то это часто ведет к появлению ошибок и, соответственно, жалоб и недовольства со стороны клиента [16].

Постоянное развитие технологий, IT-оптимизация организации, также является определяющим фактором при построении эффективной логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации. Сейчас сложно представить себе клиентоориентированную организацию, которая работает без специальной информационной системы. Постоянное внедрение новейших технологий позволяет избежать лишних бюрократических затруднений, облегчить процесс принятия решений и, разумеется, обрабатывать полученную информацию. Все это влияет на скорость потоков логистики сервисного обслуживания, а именно передачу информации между подразделениями, формирование системы планирования и учета финансовых потоков, автоматизированное составление расписаний, учет пациентов и прочее [3].

Одним из направлений совершенствования логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации является использование CRM-систем. CRM – система управления взаимодействием с клиентом – это корпоративная информационная система, предназначенная для автоматизации CRM-стратегии компании, в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах (контрагентах) и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процедур и последующего анализа результатов [1].

В последнее время все чаще применяется в ежедневной работе компаний, которые стараются стать ближе к клиенту. CRM-система позволяет автоматизировать и наладить электронный документооборот, выстроить работу с клиентами, а также оперативно контролировать организационные вопросы и финансовые потоки.

Определение основных параметров услуги – один из главных элементов построения модели логистики сервисного обслуживания в компаниях санаторно-курортного сектора. Клиентами выступают отдыхающие различных возрастных групп, имеющие разные материальную обеспеченность и опыт санаторно-

курортного лечения. В связи с этим набор критериев и их значимость сильно дифференцированы [20].

Поэтому санаториям важно проводить постоянный мониторинг потребности клиентов различных групп для формирования предложений целевым потребителям. В некоторых случаях конкурентные преимущества, выделенные руководством компании, не имеют ценности для потенциального клиента. Исследования рынка доказывают измеримость потребительского восприятия. Клиенты способны сформировать свое отношение к известным санаториям и курортам, предоставить объективную оценку, опираясь на два основных параметра - степень выраженности атрибута и его важность [7]. Пример исследования атрибутов санаторно-курортных организаций представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – Пример исследования санаторно-курортных организаций

Атрибут	Возможная важность атрибута для потребителей V_i	Степень присутствия атрибута в санаторно-курортной организации			
		Организация 1	Организация 2	Организация 3	Организация 4
Удобное месторасположение	+3	+1	+2	0	+3
Низкая цена	-1	+2	+1	-1	+3
Комплекс дополнительных услуг	+2	-2	-1	+3	+1
Система питания	-2	+2	+2	-2	-2
Бесплатная сеть Wi-Fi	+3	+3	+3	+3	+1

Методика исследования, представленная в таблице 1, основана на подборе атрибутов, характеризующих уровень сервиса в санаторно-курортной организации. Важность атрибутов характеризуется шкалой со знаком «-», либо со знаком «+». При этом числовое значение характеризует силу важности (0 –

минимальный уровень важности и по нарастающей), а знак «-» – уменьшает или «+» – усиливает данный атрибут. Таким образом, например, атрибут «Удобное месторасположение» со знаком «+3» имеет высокую степень важности для потребителей, а атрибут «Низкая цена» со знаком «-1» имеет низкую важность для потребителя. В приведенном примере исследования санаторно-курортных организаций, важность для потребителей имеют, прежде всего, такие аспекты, как «Удобное месторасположение», а также «Бесплатная сеть Wi-fi». Далее, данные атрибуты сравниваются по санаторно-курортным организациям [8].

В результате исследований находятся консолидированные показатели, на основании которых разрабатываются индивидуализированные решения, наиболее соответствующие запросам клиента, а также стандарты сервиса и пакеты базовых и дополнительных услуг в комплексе логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации.

Разработка комплекса логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации должна базироваться на предпочтениях потребителей. Для того, чтобы максимально удовлетворять потребности своих клиентов, санаторно-курортная организация должна строить доверительные отношения со своими клиентами. В связи с этим необходимо постоянно вести диалог со своими клиентами, привлекать их к процессу усовершенствования работы и узнавать их мнение. Санаторно-курортной организации нужно постоянно проводить исследование мнения клиентов и проводить анализ удовлетворенности [25].

Другим способом оценки логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации является проведение анализа удовлетворенности потребителей [34]. И это не единственный способ получения информации о деятельности компании. Нередко схожее исследование проводится среди партнеров и сотрудников компании, что также дает ценную информацию для анализа. Удовлетворенность – степень соответствия восприятия ожиданию. В основе оценки удовлетворенности клиентов часто лежит методика под названием Customer Satisfaction Measurement или CSM. Она была разработана в

Великобритании около 20 лет назад и имеет сертификацию ISO. Методика исследования активно применяется на практике, в том числе при оценке уровня логистики сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации. Опрос с целью выявления удовлетворенности потребителей имеет в своей основе не только количественный анализ, но и качественный: для более предметного изучения интересующих моментов проводятся глубинные интервью. Также часто используется методика SERVQUAL, которая анализирует качество предоставляемых услуг по пяти направлениям (материальность услуги, надежность, отзывчивость, компетентность, сопереживание) [31]. Проводить оценку удовлетворенности рекомендуется на регулярной основе. Опросы должны осуществляться раз в месяц или квартал, чтобы иметь возможность отслеживать динамику показателей [26]. Одними из самых важных и информативных показателей лояльности являются индексы NPS и CSAT. Так, метрика NPS является простой в определении и основывается на одном вопросе «Насколько вы готовы рекомендовать нашу компанию своим друзьям и знакомым?». Однако, измерение в моменте не несет в себе результата для совершенствования деятельности, важную роль играет динамика по отношению к предыдущим периодам. Система оценки удовлетворенности CSAT позволяет определить удовлетворенность сервисом компании и ее отдельных элементов. Ее принцип базируется на предоставлении клиенту утверждений, с которыми он соглашается или нет. Например, «Я доволен процессом прохождения процедур», «Я не доволен процессом прохождения процедур, так как приходится долго ждать своей очереди» и прочее. Данную оценку стоит проводить в процессе оказания услуг либо сразу после, это позволит получить более реальные ответы и выявить болевые точки логистики сервисного обслуживания компании.

Лояльность может быть поведенческой (готовность к повторному посещению санаторно-курортной организации) или эмоциональной (глубокое чувство привязанности к организации в течение определенного времени, при этом в данном случае человек далеко не всегда может приобрести путевку).

Идеальный вариант, когда эти два типа сочетаются, в этом случае лояльность называется комплексной. Данные аспекты являются важными для логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации, так как наличие лояльных клиентов у организации дает ей множество преимуществ [32].

Важным направлением деятельности по совершенствованию логистики сервисного обслуживания для поощрения и стимулирования потребителей, санаторно-курортные организации являются программы лояльности. Подобные специальные программы, ориентированные на наиболее привлекательных клиентов, – это эффективный инструмент при построении отношений с клиентами. Программы лояльности – долгосрочные программы взаимовыгодного сотрудничества между клиентами и санаторно-курортными организациями. Программы лояльности помогают вовлекать клиентов в диалог, создавать базу данных, предлагать каждому клиенту собственное предложение, максимально ориентированное на его потребности и желания, выяснять реакцию на сообщения. Плюс информации, полученной в результате проведения подобных программ, – это обеспечение данными об ожиданиях ключевых клиентов [12]. Такие программы должны быть обязательно тщательно продуманы, соответствовать основным принципам логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации и учитывать всю полученную в результате исследований информацию. В противном случае они не будут иметь ощутимого положительного эффекта. Поэтому в клиентоориентированной санаторно-курортной организации проведение исследований должно быть не формальным, а анализироваться на всех уровнях управления, а программы лояльности должны быть не просто системой скидок и набором различных бонусов, а отвечать запросам потребителей и, разумеется, они должны быть связаны между собой. Это позволяет санаторно-курортной организации вести постоянный диалог со своими клиентами, получать оперативную информацию и предоставлять именно те услуги, которые необходимы.

Высокая значимость лояльности клиентов, а также необходимость постоянного мониторинга изменяющегося спроса обуславливают необходимость еще одного направления в совершенствование логистики сервиса, а именно внедрения системы сбора обратной связи. Наличие возможности отставить отзыв посредством обращения на горячую линию либо на сайт, а также заполнить анкету в санатории позволяет компании оперативно получать сигналы о точных проблемах сервисного обслуживания и оперативно принимать решения по их устранению [35].

Анализ исследований в области сервиса курортно-санаторных организаций России позволил сделать вывод о том, что наиболее часто встречающейся проблемой являются очереди пациентов при прохождении лечебных и оздоровительных процедур. Данный факт указывает на нерациональное планирование клиентского потока, чаще всего осуществляемое вручную. В данном случае эффективным методом повышения качества планирования расписания является применение медицинских информационных систем, таких как Медицина, Медиалог, АрхиМед и прочие. Применение МИС позволяет не только автоматизировать процесс формирования расписаний, но и позволяет формировать специальные группы пациентов со специальным расписанием, а также получать доступ к расписанию других специалистов и кабинетов, а также приборов, включенных в систему.

Важным направлением улучшения качества логистического сервиса обслуживания является своевременное информирование о возникающих проблемах. Внедрение методики оценки логистической деятельности при обслуживании потребителей внутри организации будет способствовать повышению качества логистики сервисного обслуживания путем оперативного выявления проблемных и узких мест. Так, методика оценки включает в себя следующие показатели: гибкость логистического сервиса, время обработки заказа, время приема и заселения клиента, степень удовлетворенности, наличие жалоб от пациентов и пр. На базе показателей возможно формирование системы

КРІ для сотрудников, что также оказывает сильное влияние на качество обслуживания клиентов [22].

Таким образом, логистика сервисного обслуживания оказывает непосредственное влияние на лояльность и удовлетворенность клиентов. В связи с чем можно сделать вывод, что для обеспечения эффективного уровня логистики сервисного обслуживания санаторно-курортной организации, необходимым является своевременное получение информации от клиентов, жалоб и пожеланий, а также оценивать внутренние факторы, влияющие на качество сервисного обслуживания. Важным фактором качества логистики сервисного обслуживания также является скорость информационного потока внутри компании, обеспечение которого возможно с помощью внедрения МИС. Данное программное обеспечение также способствует оптимизации финансового и материального потока, а также потока клиентов в рамках оказания оздоровительных услуг.

2 Оценка логистики сервисного обслуживания в ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» (ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский»).

Юридический и фактический адрес компании: 366701, Чеченская Республика, с. Серноводское, ул. Курортная, 4.

Форма собственности – общество с ограниченной ответственностью.

ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» является многопрофильным лечебно-профилактическим учреждением с прочной материально-технической базой, имеющее дорогостоящее высокоэффективное медицинское оборудование и включающее в себя многопрофильный стационар, отделение функциональной диагностики, а также клинко-диагностическую лабораторию. Общество с ограниченной ответственностью «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» является одним из лидеров на рынке региона и одним из первых получил значение общесоюзного курортного санатория в России.

Учреждение в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными актами федеральных органов исполнительной власти в области здравоохранения и транспорта, внутренними документами учредителя, локальными актами учреждения, уставом.

Долгосрочная цель деятельности организации – решение медико-социальных проблем на территории присутствия, конечным итогом которого

является повышение уровня здоровья населения, снижение временной утраты трудоспособности, инвалидности и смертности населения.

Меры по достижению долгосрочной цели:

- контроль за соблюдением стандартов оказания медицинской помощи;
- активизация работы кабинета медицинской профилактики, проведение краткого медико-профилактического консультирования на первичных приемах;
- проведение санитарно-просветительной работы среди населения;
- привлечение недостающих специалистов в соответствии со штатным расписанием;
- ликвидация контролируемых факторов риска развития индикаторных заболеваний.

Среднесрочная цель: снижение уровня заболеваемости в 2022-2023 годах в сравнении с предыдущими отчетными периодами.

Краткосрочные цели:

- увеличение объемов оказания медицинской помощи на 2022 год;
- контроль качества оказываемой медицинской помощи населению;
- повышение квалификации медицинских работников, привлечение новых специалистов.

Основной вид деятельности ОКВЭД: Деятельность в области здравоохранения (86).

Медицинское направление работы курорта сочетает в себе традиционное санаторно-курортное лечение и современный подход. ООО «Курорты Чечни «Серноводск-Кавказский» реализует различный спектр профильных санаторно-курортных услуг. На сегодняшний день санаторий предоставляет следующий комплекс лечебно-оздоровительных услуг:

- бальнеолечение;

- грязелечение;
- парафинотерапия;
- ингаляции;
- лечебная физкультура;
- физиотерапия;
- галотерапия;
- диетическое питание;
- гидропатические процедуры;
- лечебный ручной массаж;
- лабораторная, ультразвуковая и функциональная диагностика;
- рентгенологические, гастроскопические и ректоскопические исследования.

В номерном фонде курорта насчитывается 144 номера, общая вместимость отеля 310 постояльцев.

Структура управления в санаторно-курортной организации – линейно-функциональная (рисунок 10) и включает в себя 6 отделов, отвечающих за различные области деятельности ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский».

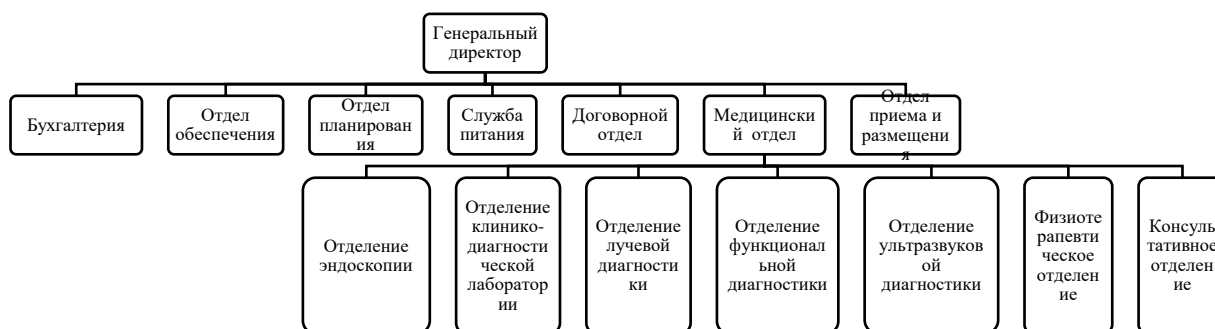


Рисунок 10 – Организационная структура ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»

Рассмотрим основные показатели деятельности ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» за период с 2019 г. по 2021 г (Приложение А).

В период с 2019 по 2020 гг. в компании прослеживается положительный прирост выручки (11,52%), в то же время прирост себестоимости составил 8,05%. Данное соотношение показателей говорит о позитивной тенденции развития. Рост управленческих расходов (7,34%) говорит о ведении деятельности по внутреннему развитию управленческого аппарата, а также проведения исследований перспектив развития рынка курортно-санаторного сектора с привлечением консалтинговых агентств. Опережающие темпы прироста выручки, по сравнению с расходами санатория привели к снижению затрат на рубль выручки снизились на 3,23% за рассматриваемый период, что свидетельствует об оптимизации затрат на реализацию услуг.

Это подтверждается и темпом роста прибыли в 15,78%. С 2019 по 2020 года фондоотдача увеличилась на 31,59 п., что обусловлено ростом выручки санатория. Неэффективное использование оборотных средств подтверждается снижением оборачиваемости на 0,91 п. Это потребовало их дополнительного привлечения и вызвало рост оборотных активов компании на 58,74%.

За 2020 год среднесписочная численность персонала снизилась на 3,4%. Среднегодовая заработная плата увеличилась на 31,4%, а среднегодовая выработка на одного сотрудника – на 7,85%. Опережающие темпы прироста среднегодовой заработной платы над темпами прироста среднегодовой выработки говорит о неэффективном использовании человеческого капитала санатория.

Рентабельность продаж за период 2019 – 2020 гг. увеличилась на 1,75 п., что указывает на положительный путь развития компании в целом. Рентабельность деятельности санатория за рассматриваемый период увеличилась на 6,16 п. Таким образом, деятельность компании за 2019 – 2020 гг. можно характеризовать как эффективную, несмотря на ряд негативных изменений.

В период с 2020 по 2021 гг. темп прироста выручки составил 13,75%, что превысило значение этого показателя предыдущего периода. Прирост себестоимости составил 51,69%, что на 43,64 пункта выше того же значения за предыдущий период. Рост себестоимости обусловлен резким удорожанием используемого сырья и материалов в IV квартале 2021 года. Значительное превышение темпов прироста себестоимости над темпами прироста выручки является негативным фактором и указывает на проблемы в деятельности компании. Управленческие расходы увеличились на 6,7%, что ниже темпа прироста за 2019-2020 гг. Организация проводила деятельность по совершенствованию системы управления, в тоже была организована рекламная компания, направленная на продвижение новых услуг санатория. Затраты на рубль выручки в период значительно увеличились (25,89%), что связано с сильным ростом себестоимости. На фоне данных изменений прибыль компании снизилась на 18,77%, что указывает на снижение эффективности деятельности санатория.

Стоимость основных фондов в период 2020-2021 гг. значительно увеличилась (930%), что связано с открытием нового отделения ультразвуковой диагностики. Фондоотдача снизилась на 81,99 пунктов в сравнении с 2020 годом, так как новое оборудование не вышло на полную плановую загрузку. Оборотные активы в период 2020-2021 гг. снизились на 43,23%, в то время как оборачиваемость увеличилась на 2,17 пункта, что указывает на рост эффективности управления активами в сравнении с 2020 годом. В 2021 году среднесписочная численность персонала выросла на 7,89% (12 человек), а рост средней заработной платы составил 10,18%. Однако выработка на одного работника увеличилась на 5,43%. Темп прироста производительности труда продемонстрировал снижение по сравнению с предыдущим периодом. Темпы прироста выработки ниже темпов прироста среднегодовой заработной платы. Эти факты свидетельствуют о неэффективном управлении персоналом и об отсутствии новых технологий в работе санатория.

Рентабельность продаж снизилась на 13,58 пунктов. Рентабельность деятельности за период 2020-2021 гг. в результате роста расходов санатория уменьшилась на 39,19 пункта. Данная тенденция свидетельствует о падении эффективности работы организации на рынке санаторно-курортных услуг.

В рассматриваемый период 2019-2021 гг. прослеживается рост выручки в 26,85% при опережающем росте себестоимости продаж в 63,9%, что указывает на негативные тенденции в деятельности санатория. Управленческие расходы увеличились на 14,52%. Рост расходов организации привел к увеличению затрат на рубль выручки на 21,82%. В результате опережающего темпа прироста затрат над выручкой прибыль от продаж снизилась на 5,95% за период с 2019 по 2021 года. Стоимость основных фондов увеличилась на 654,92%, это связано с расширением лечебной базы санатория (приобретением современного медицинского оборудования для расширения спектра оказываемых услуг), улучшением условий проживания отдыхающих. Снижение фондоотдачи на 50,4 п. обусловлено его приобретением лишь в III квартале 2021 года. Оборачиваемость активов возросла на 1,26 пункта, что указывает на повышение эффективности управления оборотными активами, в связи с этим потребность в оборотных средствах снизилась на 9,89%. Среднесписочная численность персонала выросла на 11,56% с 2019 по 2021 год (17 человек), среднегодовая заработная плата увеличилась на 44,7%, в то время как выработка на одного сотрудника увеличилась лишь на 13,7%. Данная динамика говорит о неэффективном использовании потенциала работников санатория.

Снижение эффективности работы санатория подтверждается падением рентабельности деятельности на 33,033%. Рентабельность продаж за период исследования сократилась на 11,84 пункта, подтверждая неэффективность выбранной политики продаж. Сложившиеся негативные тенденции в работе ООО «Курорты Чечни «Серноводск-Кавказский» требуют проведения мероприятий, направленных на совершенствование деятельности санатория, в том числе и в сфере логистики сервисного обслуживания.

Таким образом, несмотря на снижение эффективности деятельности, динамика результирующих показателей положительна, ООО «Курорты Чечни «Серноводск-Кавказский» перешел в зону прибыли в 2020г., а рентабельность продаж и деятельности находятся на высоком уровне.

Логистический сервис является одним из основополагающих в рамках работы компаний лечебно-санаторного сектора. Существует множество факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на логистическое обслуживание потребителей. Рассмотрим каждый из них для ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

К факторам внешней среды относятся клиенты, конкуренты, характеристика региона. Географическая удаленность клиентов от курорта компенсируется наличием аэропорта в г. Грозный, что значительно повышает привлекательность курортной зоны. Плотность размещения потенциальных клиентов в Чеченской республике не является решающим параметром в связи с тем, что большая часть пациентов санатория (86%) приезжают из других областей России (Московская область (24%), Ленинградская область (11%), УРФО (16%), ПФО (15%)). Важную роль играют наличие трансфера клиентов из аэропорта г. Грозный, а также ж/д вокзала, организация автобусного маршрута 2 раза в неделю для проезда отдыхающих, которые прибывают из г. Гудермес, г. Хасавюрт и г. Мегас. При покупке путевки клиенты получают расширенную информацию о возможных вариантах трансфера до ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский». Определяющим в выборе варианта организации доставки до санатория является, безусловно, мнение отдыхающих. Существует и возможность составления индивидуального маршрута. В таблице 2 представлена информация об использовании вариантов трансфера клиентами ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

Таблица 2 – Использование вариантов трансфера доставки до ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»

Вариант трансфера	% от общего числа клиентов
Доставка из аэропорта г. Грозный	43
Автобусный маршрут из аэропорта г. Мегас	11
Автобусный маршрут из г. Гудермес	6
Автобусный маршрут из г. Хасавюрт	5
Самостоятельный маршрут клиентов	35

Как следует из таблицы 2, самым популярным является вариант доставки транспортными средствами ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» из г. Грозный, а также самостоятельный проезд до санатория, что связано с низкой стоимостью и большим числом клиентов, приезжающих на личном автомобиле.

Важнейшим фактором внешней среды, оказывающим существенное влияние на логистическое обслуживание, являются конкуренты ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский». В таблице 3 представлены основные компании согласно списка топ-компаний отрасли лечебных курортов в Северо-Кавказском округе.

Основные конкуренты ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» расположены в районе г. Ессентуки и прилегающих к нему населенных пунктах. Это обусловлено большим количеством природных минеральных источников в регионе, а также более развитой транспортной инфраструктурой дорог, ж/д вокзалов и аэропортов (в том числе, аэропорта Минеральные Воды). Однако, все санатории находятся на высоте от 600 м. над уровнем моря, что влияет на перепады давления и общий климат территории. В связи с этим привлекательность ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» обуславливается более низким расположением, и, соответственно, комфортным проездом до самого курорта. Также конкурентным преимуществом в логистическом сервисе выступает более низкая цена пребывания по сравнению

с остальными лидерами рынка санаторно-курортного лечения Северо-Кавказского округа [13].

Таблица 3 – Основные компании рынка лечебных курортов Северо-Кавказского округа

Наименование	Месторасположение	Выручка за 2021 г., тыс руб.	Количество койка-мест, шт.	Средняя стоимость пребывания, руб. /сут.	Кол-во клиентов за 2021 г., чел..
Санаторий Источник	ул. Семашко, 6/8, Ессентуки 357601 Россия	1105904	586	9500	112000
«Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»	Чеченская Республика, Сунженский район, с. Серноводское, 4.	158529	310	3200	51023
Санаторий им. Г.К. Орджоникидзе	Ленина проспект, 25, Кисловодск 357700 Россия	265871	442	4000	66500
Санаторий Бештау	ул. Семашко, д.33, Железноводск 357400 Россия	94871	206	4200	23698
Санаторий им. Горького РАН	ул. Володарского, 8, Кисловодск 357700 Россия	98635	305	4050	25741

Логистическое обслуживание потребителей сильно зависит и от характеристик региона расположения санатория «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский». В настоящее время логистическая инфраструктура Чеченской республики претерпела серьезную модернизацию – в 2021 году было построено и модернизировано более 54 объектов дорожного хозяйства (в том числе проведена реконструкция автодороги Гудермес – Кади-Юрт в рамках нацпроекта «Безопасные качественные дороги», являющейся частью основной логистической цепочки трансфера клиентов ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»). Также, не маловажным фактором является проект модернизации дорог региона до 2025 года, что станет важным фактором в организации проезда к курорту «Серноводск-Кавказский».

Иными факторами, оказывающими серьезное влияние, являются сервисные курортные сборы. В 2022 году данный показатель составляет 10 рублей за сутки фактического проживания, т.е. доля в общей стоимости путевки незначительная. Возможное повышение размера сбора в соответствии с рассматриваемыми изменениями в законодательство могут негативно отразиться на сервисном обслуживании санаториев и курортов страны, в том числе, курорта «Серноводск-Кавказский». Однако, в современных реалиях изменения отложены на неопределенный срок.

Качество логистики сервисного обслуживания курортной организации напрямую зависит и от внутренних факторов.

Стратегия развития ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» включает в себя совершенствование спектра услуг и условий проживания граждан. Так, открытие нового отделения ультразвуковой диагностики в 2021 году позволит привлечь большее количество пациентов с более широким спектром заболеваний. Ранее опросы компании показали, что 11% интересовавшихся в покупке путевки в период с 2019 по 2020 год выбирали другие курорты из-за узкого спектра оказываемых услуг. Положительная динамика финансовых показателей ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский», переход в зону прибыли после 2019г. говорит о потенциале развития и о возможностях улучшения качества логистики сервисного обслуживания.

Коммерческая деятельность курорта «Серноводск-Кавказский» в рамках рынков сбыта достаточно обширна. Прямым каналом распределения путевок является продажа через сайт ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский». В этом случае клиенты могут самостоятельно выбрать необходимый вариант размещения и получить консультацию специалиста. Компания предоставляет возможность покупки путевок через туроператоров во всех регионах страны, которые входят в общую систему бронирования (Турвизор, РуТур и пр.). Дополнительным стимулированием интереса со

стороны туроператоров является возможность получения дополнительной выручки от каждого проданного тура в размере 0,05% от стоимости путевки при продаже от 100 единиц в месяц. ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» являются участниками программы с государственным субсидированием по предоставлению бесплатных путёвок на санаторно-курортное лечение гражданам России. В таблице 4 представлены основные каналы сбыта путевок и их доля в общем объеме продаж компании ООО «Курорты Чечни».

Таблица 4 – Каналы сбыта и их доля в общем объеме продаж ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Рынок сбыта	Доля в общем объеме продаж, %
Туроператоры РФ	49
Личный сайт бронирования	25
Гос. программа бесплатного предоставления путевок санаторно-курортного лечения	20
Иные интернет-площадки планирования	6

Политика ценообразования ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» базируется на принципе нормы прибыли не менее 50% от себестоимости оказываемых услуг и проживания пациентов. Данный принцип зафиксирован в коммерческой политике компании. Также влияние на формирование стоимости пребывания в ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» оказывает конкурентная среда (Таблица 3).

Стоимость путевок в ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» курорт «Серноводск-Кавказский» в среднем на 25% ниже, чем у основных конкурентов рынка курортно-санаторного лечения в Северо-Кавказском регионе, что позволяет компании получать преимущества при

выборе пациентами места пребывания, что является положительным фактором возможности развития компании в целом.

В таблице 5 представлена модель калькуляции формирования стоимости проживания в 2021 году.

Таблица 5 – Модель калькуляции формирования стоимости стандартного проживания в 2021 г. ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Наименование	Стоимость, руб.
Материальная себестоимость (лечение, питание, трансфер)	1400,0
ФОТ (фонд оплаты труда)	154,0
Страховые взносы	46,2
ОПР (общепроизводственные расходы)	180,0
ОХР (общехозяйственные расходы)	190,0
Желаемый размер прибыли	1229,8
Итого общая средняя стоимость проживания чел/сутки	3200

Логистическая деятельность компании в рамках сервисного обслуживания включает в себя:

– трансфер (личным (ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» имеет 3 микроавтобусы вместимостью до 16 человек) и арендуемым транспортом (автобусный маршрут);

– материально-техническое снабжение санатория (управление взаимоотношениями с поставщиками, управление запасами ТМЦ);

– организация потоков движения пациентов между отделениями санатория в рамках процесса оказания лечебно-профилактических услуг в течении дня. На данный момент в компании отсутствует автоматизированная система выстраивания логистических потоков, в связи с чем данные действия выполняются персоналом вручную для каждого пациента.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский», несмотря на снижение роста

финансовых показателей в 2021 году, является эффективной организацией с высоким потенциалом развития. Общий анализ факторов внешней и внутренней среды, влияющих на логистический сервис санатория, позволяет сделать вывод о необходимости и возможности реализации перспективных мероприятий, направленных на его совершенствование путем устранения узких мест в логистических потоках компании, что в последствии будет способствовать росту выручки и повышению экономической устойчивости ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский».

2.2 Анализ логистики сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский»

Логистика сервисного обслуживания курортной организации формируется под прямым воздействием потребности клиентов и ресурсов самого санатория. В связи с этим был составлен портрет отдыхающего, потенциального клиента организации. Именно его хочет заинтересовать в своем предложении ценности руководство санатория и мотивировать к приобретению путевки, его желания стремится удовлетворить персонал организации, создавая максимально комфортные условия пребывания и демонстрируя высокий уровень качества обслуживания. В качестве постоянного посетителя ожидают видеть идеального отдыхающего, который проявляет доброжелательность и лояльность к работе организации.

В таблице 6 представлена медико-социальная характеристику пациентов ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский». Основными клиентами ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» являются женщины в возрасте от 55 лет с заболеваниями дыхательных путей, гастроэнтерологии и дерматологических проблем, которые требуют лечения с применением услуг санатория (таблица 6).

Таблица 6 – Медико-социальная характеристика пациентов ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Характеристика пациентов	% из общего числа пациентов
Пол:	
- женщины	56
- мужчины	44
Возраст:	
- до 25 лет	5
- до 35 лет	9
- до 45 лет	14
- до 55 лет	25
- до 65 лет	26
- от 66 лет и более	21
Тип назначаемых услуг:	
- лечение	93
- общее оздоровление без применения лечебных процедур	7
Тип заболеваний:	
- Заболевания дыхательных путей	33
- Гастроэнтерология	29
- Дерматология	23
- Сердечно-сосудистая недостаточность	9
- Иное	6

Качество оказываемых услуг и логистического сервиса обслуживания определяют уровень клиентоориентированности санатория и напрямую влияют на выручку и прибыль организации. В таблице 7 представлены результаты за период с 2020 по 2021 года.

Как видно из таблицы 7, при росте количества пациентов в 2021 году на 15,17%, выручка на 1 клиента снизилась на 1,23% при росте затрат на пребывание на 31,71%. В совокупности с ростом дополнительных расходов прибыль на одного клиента снизилась на 29,47% и составила 10540 руб. В рассматриваемый период наблюдается рост стоимости пребывания 1 клиента (+13,48%), а также увеличение среднего числа пациенто-дней в санатории на 11%. Все вышеуказанное говорит об общем росте спроса на фоне снижения доступности зарубежного отдыха и лечения, однако, нерациональное

использование ресурсов компании не позволяет ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» увеличивать свою эффективность. В связи с этим требуется детальная оценка логистического сервиса компании как основополагающего в рамках работы курортно-санаторной организации.

Таблица 7 – Показатели деятельности ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» в 2020-2021 гг.

Показатель	2020	2021	2021/2021	
			Абс	%
Количество клиентов, чел.	4430,00	5102,00	672,00	15,17
Стоимость 1 дня пребывания, руб.	2820,00	3200,00	380,00	13,48
Среднее число пациенто-дней на 1 клиента, ед.	9	10	1	11,1
Выручка на одного клиента, т. р.	31,46	31,07	-0,39	-1,23
Переменные издержки на одного клиента, т. р.	13,39	17,64	4,25	31,71
Коэффициент валовой маржи	0,57	0,43	-0,14	
Прибыль на 1 клиента, т. р.	14,95	10,54	-4,41	-29,47

Для оценки логистического сервиса ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» и выявления его узких мест следует рассмотреть организацию логических потоков компании. На рисунке 11 представлен информационный и финансовый поток трансфера отдыхающих, который начинается с выбора клиентом возможных вариантов трансфера и его последующей оплатой, после формирования заявки и оформления соответствующих документов. После этого информация поступает в отдел планирования после чего заявка либо направляется в компанию-партнер, либо в отдел обеспечения. Далее в строго определенное время отдыхающего встречают и доставляют в санаторий, где его приветствуют на стойке регистрации [27].

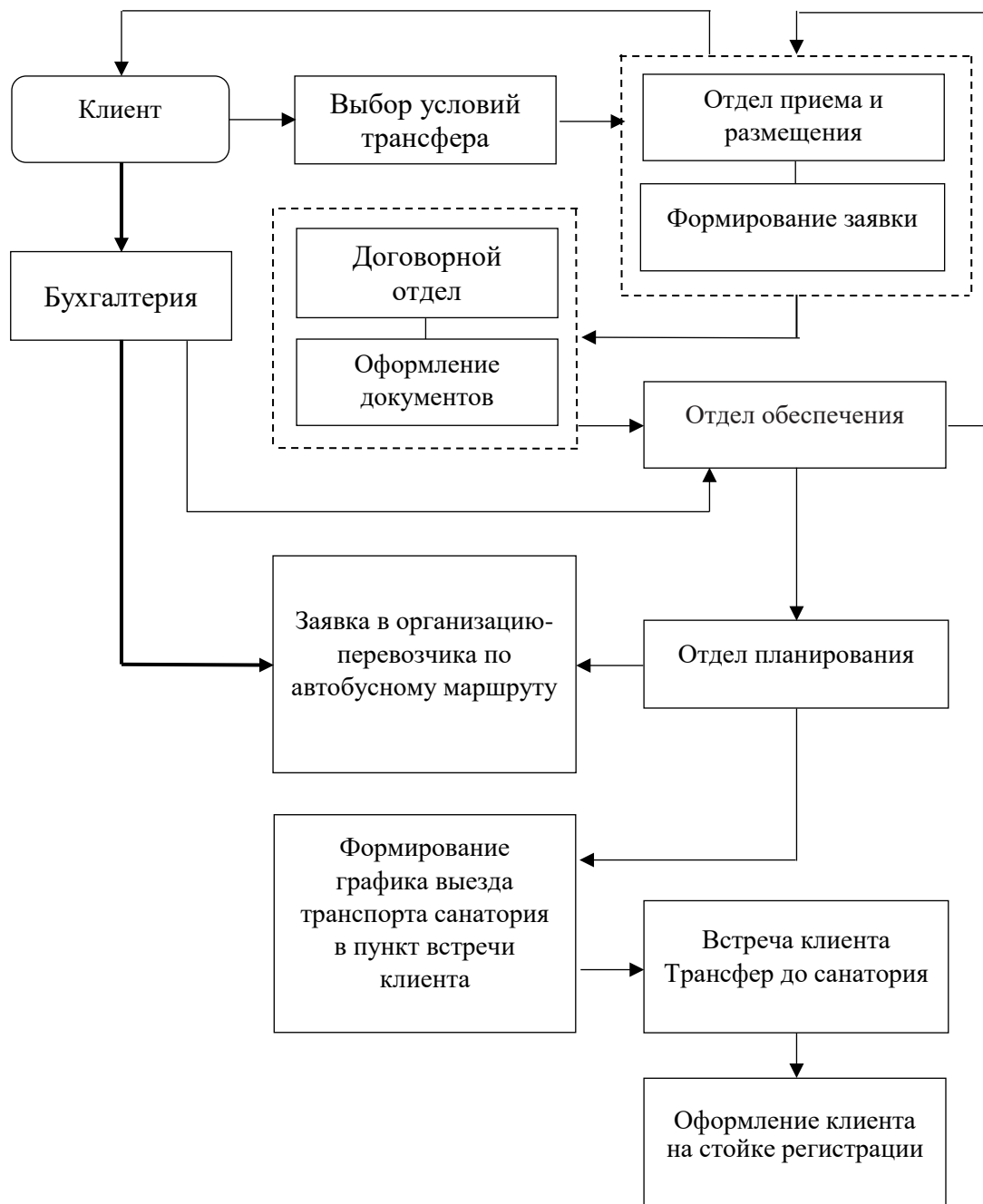


Рисунок 11 – Финансовый и информационный потоки трансфера клиентов ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

На рисунке 12 отражен материальный поток обеспечения сервисного обслуживания в ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»



Рисунок 12 – Материальный поток организации материально-технического снабжения ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский»

На рисунке 13 представлен поток пациентов в течении дня во время пребывания в ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский», включая обязательные процедуры в день прибытия (оформление документов, размещение, первая консультация врача).

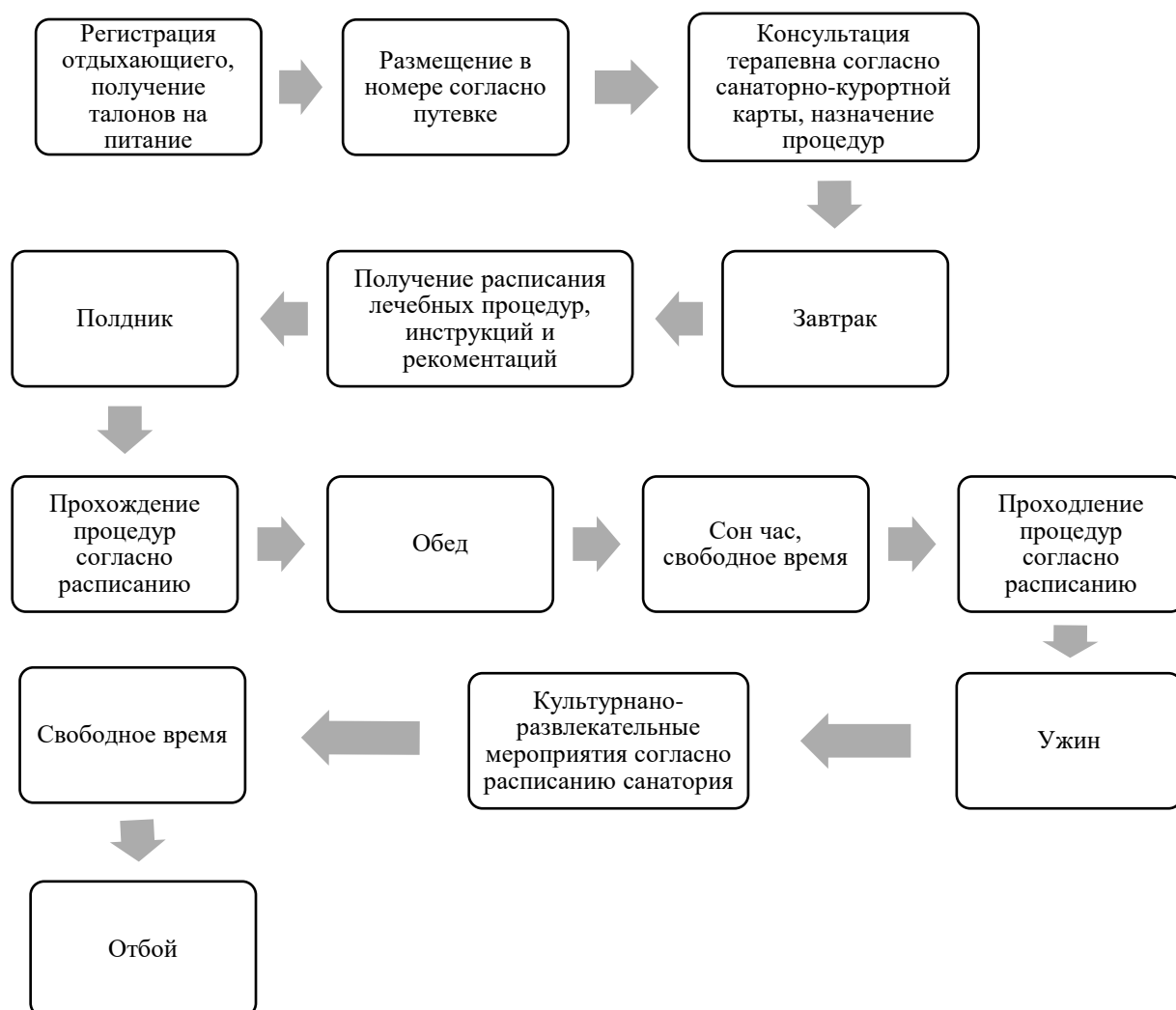


Рисунок 13 – Поток отдыхающих ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский»

В рамках оценки качества логистического сервиса отдыхающим при выезде было предложено заполнить анкету. Исследование было проведено в электронной и посменной форме по выбору клиента. Анкета состояла из пяти вопросов. Всего в исследовании приняли участие 154 клиента ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский». На рисунках 14-16 представлены результаты, полученные в ходе проведения опроса.

На рисунке 14 представлены результаты ответа на вопрос «Как часто Вы посещали ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский»».

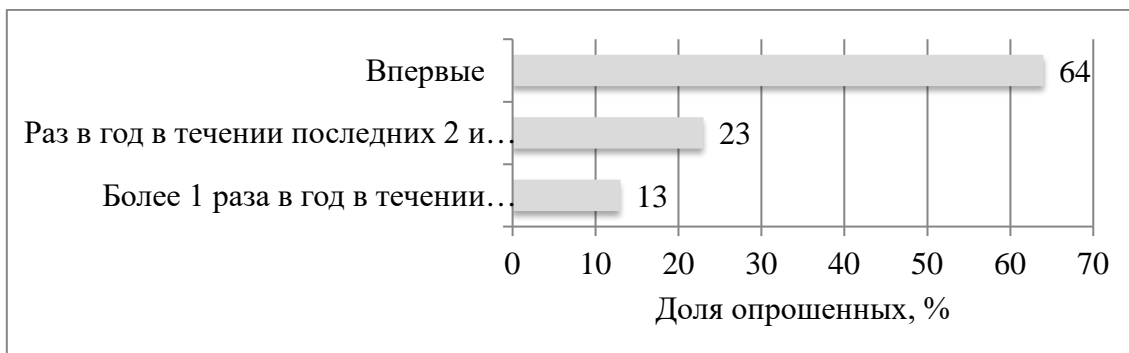


Рисунок 14 – Структура ответов на вопрос «Как часто Вы посещали ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»»

Результаты, отраженные на рисунке 14, позволяют сделать вывод о том, что большинство клиентов впервые посещают санаторий, в то время как группа отдыхающих, повторно посещающих санаторий за последние 2 года составляет всего 36% от общего числа опрошенных. Данный фактор свидетельствует о наличии проблем, не позволяющих переходу клиентов в группу постоянных.

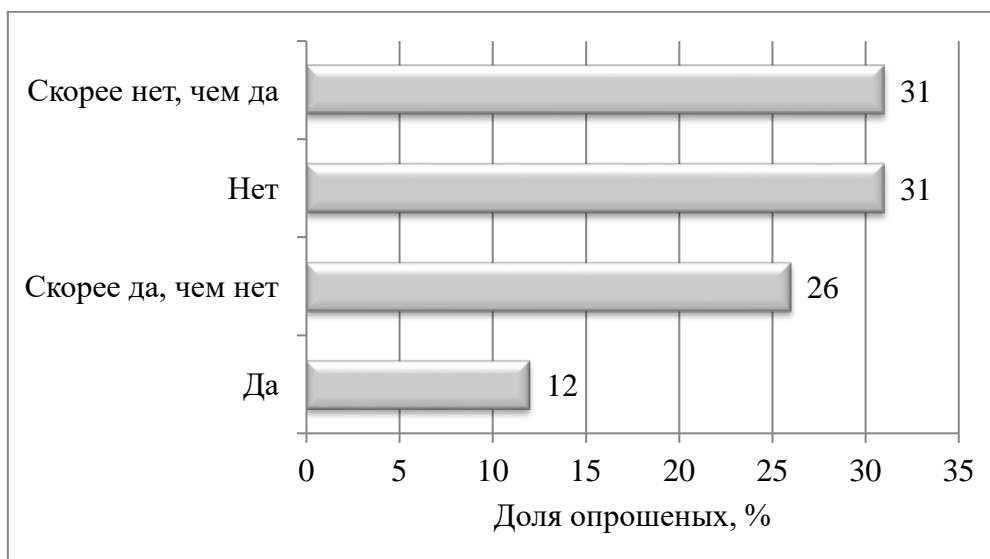


Рисунок 15 – Структура ответов на вопрос «Вы довольны организацией сервиса санаторно-курортных услуг ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский?»»

На рисунке 15 представлены результаты ответа на вопрос: «Вы довольны организацией сервиса при предоставлении санаторно-курортных услуг ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский?»».

Анализ результатов позволяет сказать о том, что более 60% респондентов недовольны уровнем логистического сервиса ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский», и лишь 12% смогли положительно ответить на вопрос, что соответствует среднему показателю постоянных клиентов в соответствии с первым вопросом анкеты, рисунка 15. Подобная динамика является негативной и сигнализирует о серьезных проблемах сервиса, требующих детального анализа и проработки.

На рисунке 16 представлены результаты ответов на вопрос «Порекомендуете ли Вы ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» своим друзьям, знакомым, родственникам?»».

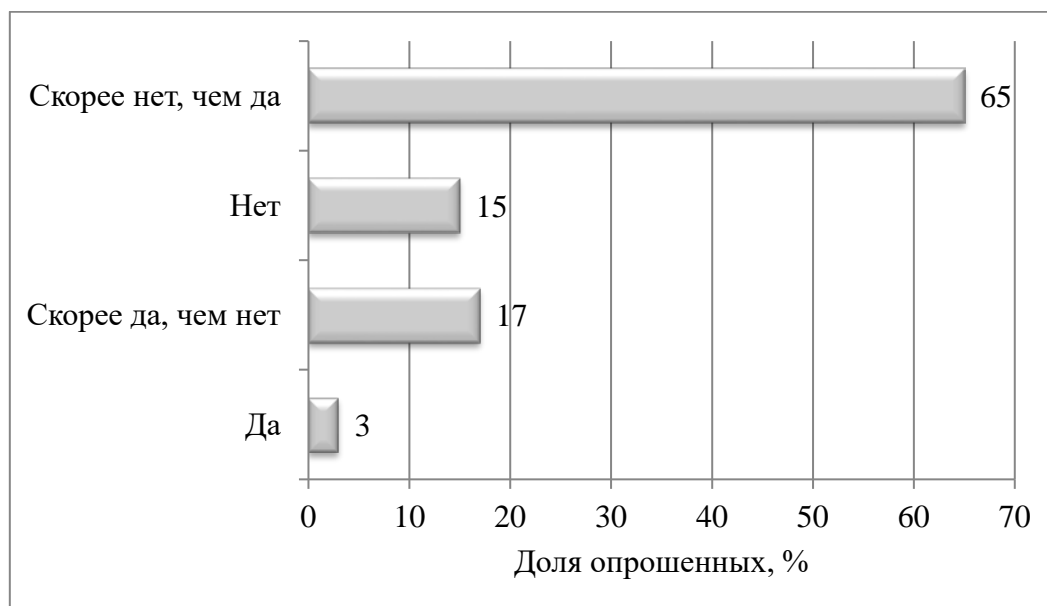


Рисунок 16 – Структура ответов на вопрос «Порекомендуете ли Вы ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» своим друзьям, знакомым, родственникам?»»

Рисунок 16 позволяет сделать вывод о том, что большинство респондентов не порекомендуют санаторий своим родственникам и знакомым, что оказывает негативное влияние на возможность увеличения числа новых и постоянных клиентов, а также говорит о возможном снижении репутации курорта в целом.

В рамках анкеты проживающим было также предложено оценить параметры логистического обслуживания и качества предоставляемых услуг с точки зрения их личной удовлетворенности. Оценка параметров проводилась по пятибалльной шкале, при этом «1» присваивался в случае, если респондент был не удовлетворен качеством, «5» баллов, если респондент полностью удовлетворен качеством оказываемой услуги. Результаты представлены в Приложении Б.

Анализируя результаты оценки параметров обслуживания клиентами можно сделать вывод, что клиенты удовлетворены количеством и общим качеством оказываемых услуг, что свидетельствует о верном направлении развития и общей привлекательности курорта для отдыхающих. Однако, наблюдается низкая удовлетворенность оперативностью обслуживания и соблюдению регламентов. Данный фактор указывает на проблемы службы логистического сервиса – более 50% респондентов поставили оценки 1 и 2 по соответствующим пунктам.

Также в анкете отдыхающим было предложено оставить расширенные комментарии к пунктам опроса, по которым ими были поставлены низкие оценки. В результате наиболее частым ответом стал комментарий «длительное ожидание процедур», «ожидание массажа из-за очереди», «большая очередь в грязевые ванны», «частая смена порядка расписания процедур из-за очередей». Таким образом, можно сделать вывод о том, что в логистическом обслуживании ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский» существует серьезная проблема с потоком отдыхающих.

Для детального анализа и выявления «узких мест» была составлена карта потока на примере одного дня прохождения лечебных процедур пациентов по

направлению «Заболевания дыхательных путей», представленная на рисунке 17. Для более детального рассмотрения общего времени отклонения от расписания процедур в таблице 8 представлено время ожидания и время затрачиваемого на процедуру.

Таким образом, один пациент теряет 56 минут в течении одного дня на ожидание лечебных процедур, что составляет более 28% от всего времени лечебного процесса. Данная картина говорит о серьезной проблеме в организации логистического обслуживания в оказании профильных услуг санатория ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский». В существующих реалиях постоянно растущей конкуренции выявленная проблема может стать основной причиной отказа пациентов в повторном посещении санатория, что приведет к снижению деловой активности и ухудшению финансового состояния компании.

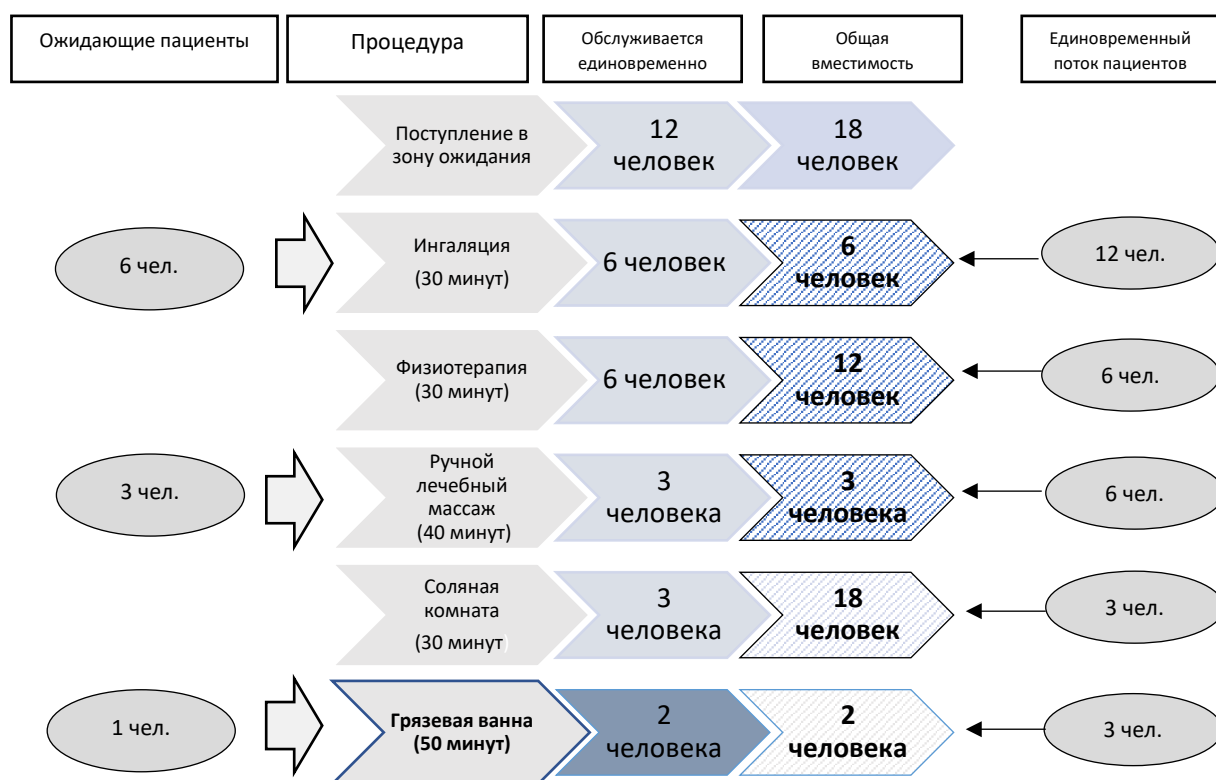


Рисунок 17 – Карта потока прохождения лечебных процедур пациентов по направлению «Заболевания дыхательных путей» ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

Таблица 8 – Затраты времени на прохождение лечебных процедур 1 пациента по направлению «Заболевания дыхательных путей»

Действие	Затраты времени, мин.	Ожидание, мин.
Ожидание очереди на ингаляцию		12
Ингаляция	30	
Перемещение до кабинета физиотерапии	3	
Физиотерапия	30	
Перемещение до кабинета массажа	4	
Ожидание очереди на массаж		16
Ручной лечебный массаж	43	
Перемещение до соляной комнаты	4	
Галотерапия (соляная комната)	30	
Перемещение до отделения грязелечения	3	
Ожидание процедуры грязевых ванн		28
Грязевая ванна	50	
Итого затрат времени, мин.	197	56

С целью определения причин простоя был проведен анализ организации расписания процедур. Данную функцию выполняют сотрудники отдела приема и размещения в ручном режиме, информационная система составления и учета отдыхающих расписания в организации не применяется. В организации не применяются современные технологии организации документооборота, которые в том числе сказывается на низком уровне логистики сервисного обслуживания ввиду длительных сроков в структуре информационного обмена. Это связано с несколькими факторами, а именно:

- нехваткой штатных специалистов для сбора данных и последующего их формирования в аналитические отчеты, заполнения соответствующих форм;
- отсутствием взаимосвязи между некоторыми подразделениями на уровне программно-информационного обеспечения, в связи с чем усложняется процесс информационного обмена;
- отсутствием четко обозначенных управленческих целей для реализации логистики сервисного обслуживания со стороны руководства санатория.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» имеет высокий уровень технической оснащенности для оказания качественных лечебных услуг отдыхающим, а также высококвалифицированный медицинский персонал. Но качество логистического сервиса обслуживания оказывает влияние и такой фактор, как рациональность организации процесса движения потока отдыхающих в санатории. И в этом ведущая роль отводится не только сотрудникам, кто непосредственно задействован в оказании медицинских услуг, но и тем, кто управляет процессами обслуживания. В результате исследования было выявлено, что система логистического сервиса компании нуждается в серьезной трансформации с целью устранению потерь времени пациентов при прохождении процедур, для этого необходимо рассмотреть вопросы внедрения информационной системы планирования расписания лечебных услуг. Это повысит эффективность использования лечебной базы, будет способствовать повышению удовлетворенности отдыхающих, и в конечном итоге повысит их лояльность.

3 Совершенствование логистики сервисного обслуживания в организации ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

3.1 Разработка рекомендаций по внедрению системы сбора обратной связи от клиентов ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

В результате оценки уровня логистического сервиса обслуживания ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» были выявлены следующие области деятельности, не удовлетворяющие требованиям отдыхающих:

- потери времени пациентов при прохождении процедур;
- несоблюдение регламентов и расписания процедур.

В результате наблюдается общая тенденция снижения прибыли на одного клиента при росте спроса и темпов прироста выручки.

Все это указывает на необходимость формирования системы планирования расписания процедур с четким регламентом работы, что будет способствовать улучшению логистического сервисного обслуживания клиентов и, соответственно, общей привлекательности ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

Опыт российских компаний лечебно-курортного сектора позволяет сформировать комплекс мер, направленных на решение проблем, выявленных в ходе анализа качества сервисного обслуживания. Взаимосвязь выявленных проблем, путей решений и ожидаемых результатов представлена на рисунке 18.

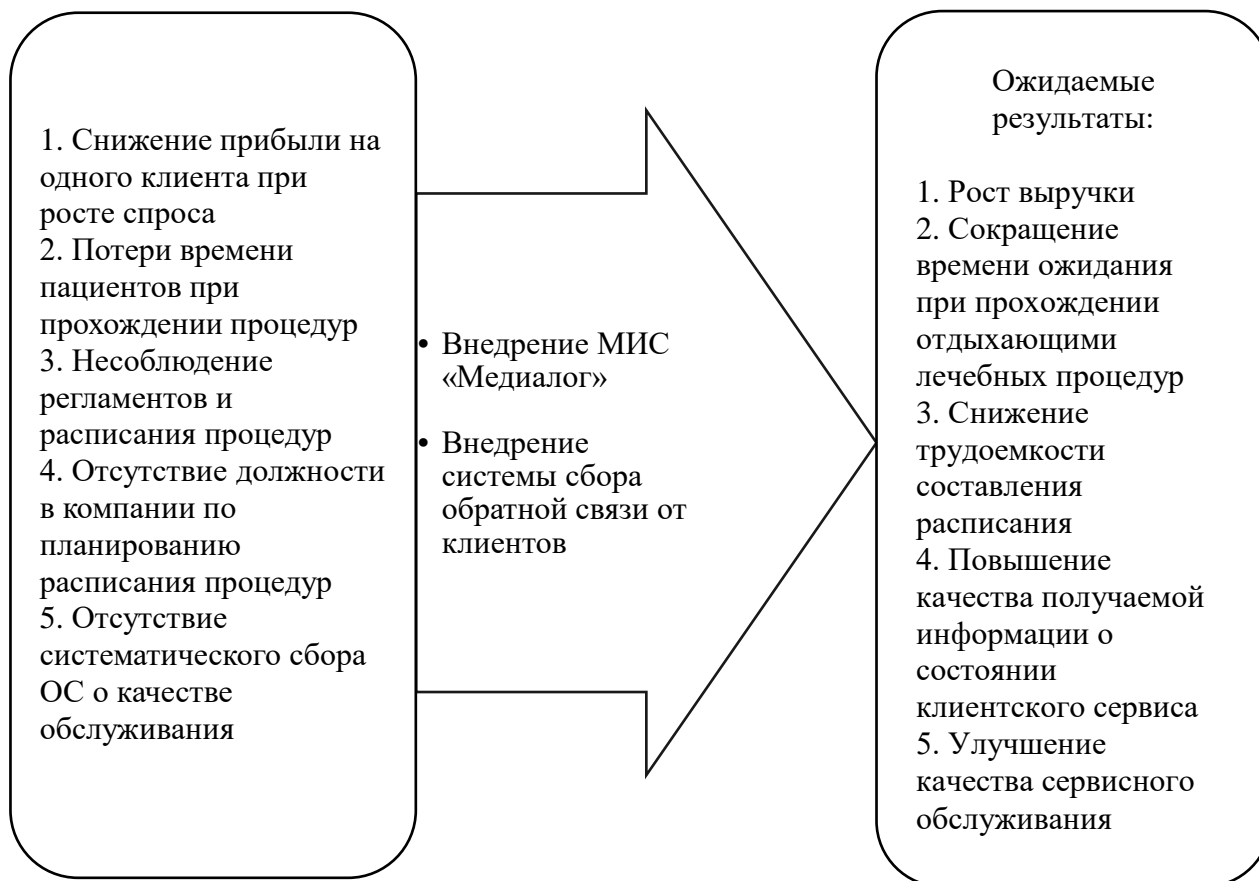


Рисунок 18 – Совершенствование логистического сервиса обслуживания ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Первой рекомендацией менеджменту санаторно-курортной организации является внедрение системы сбора обратной связи от клиентов. Одна из существенных проблем сервисного обслуживания в ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский» – отсутствие системного подхода к получению обратной связи от отдыхающих. В процессе анализа в организации было выявлено, отсутствуют даже такие варианты обратной связи как горячая линия и формы на официальном сайте. Исходя из этого, была разработана общая система получения обратной связи от клиентов, представленная на рисунке 19.

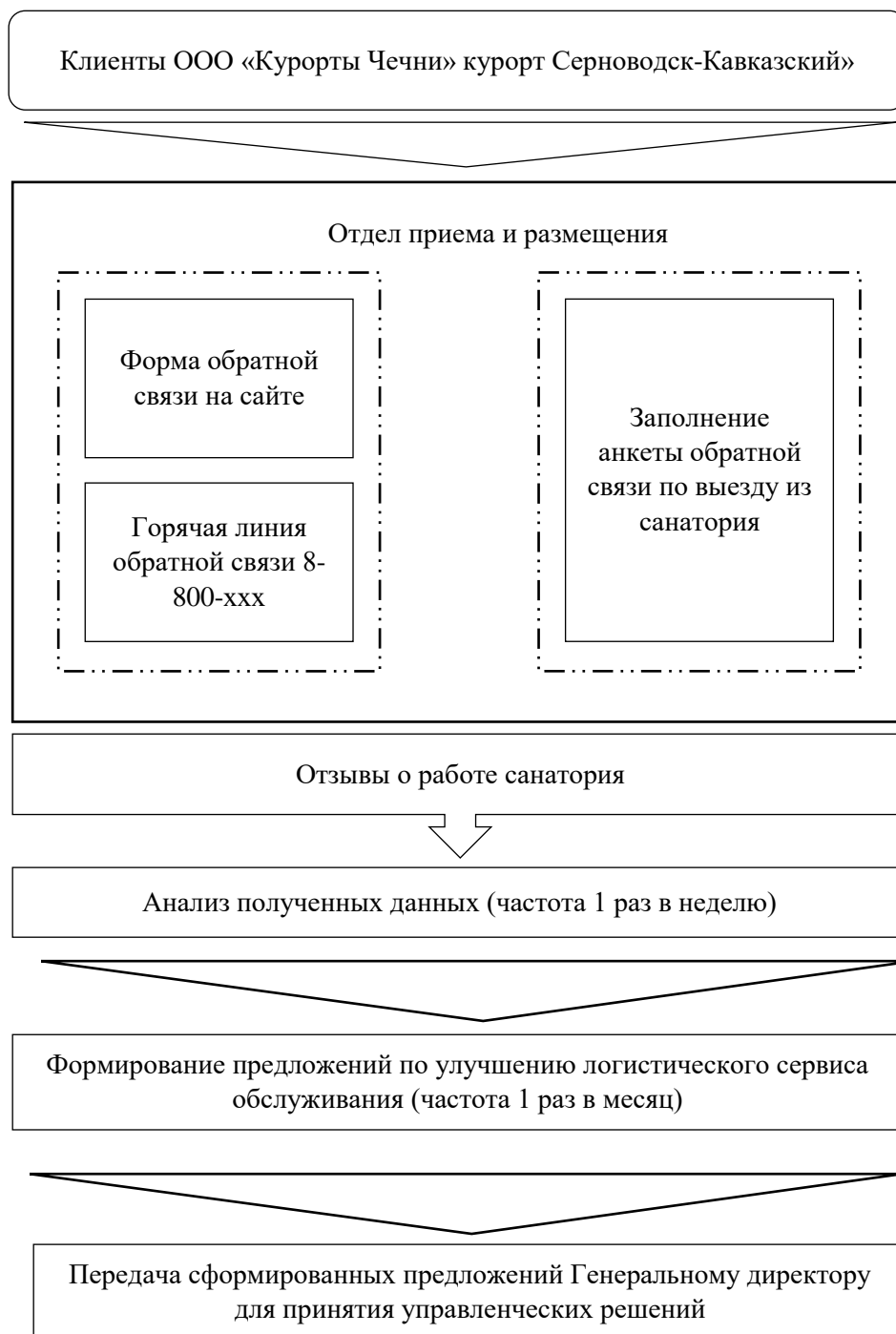


Рисунок 19 – Система получения обратной связи от клиентов ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский». Информационный поток логистического сервиса обслуживания

Организация предлагаемой автором системы предполагает расширение круга должностных обязанностей ряда менеджеров. Основные задачи по

получению и обработке обратной связи по вопросам улучшения логистического сервиса обслуживания вменяются в обязанности следующим сотрудникам:

- менеджер зоны регистрации (отдел приема и размещения отдыхающих) – сбор заполненных анкет от выезжающих клиентов.

- менеджер сервиса (новая должность) – центр аккумуляирования и обработки информации; обрабатывает поступающие заполненные анкеты, запросы с сайта и горячей линии, разрабатывает предложения по улучшению логистического сервиса обслуживания и представляет в виде проекта управленческого решения генеральному директору.

Этапы прохождения информационного потока внутри предлагаемой системы получения обратной связи, включаемой в сервисное обслуживание отдыхающих.

Клиенты самостоятельно заполняют форму обратной связи на сайте либо оставляют отзыв на горячей линии. Информация о вариантах размещены на стойке регистрации и этажах, а также в номерах. При выезде менеджер зоны регистрации предоставляет клиентам бумажную анкету для заполнения.

Обратная связь, поступающая из различных источников (сайт, горячая линия, письменные анкеты) обрабатывается менеджером сервиса. Структурирование и учет полученной информации ведется при помощи Яндекс.Таблицы. Основные графы заполнения – возраст и пол клиента, программа лечения, частота посещения санатория, тезисное отражение жалоб и предложений. Далее менеджер сервиса формирует общее тезисное представление об основных жалобах и пожеланиях клиентов в Яндекс. Таблицы.

После анализа полученных данных менеджер сервиса проводит формирование предложений по улучшению качества логистического сервисного обслуживания клиентов по каждой из выявленных проблем. Отчет генеральному директору предоставляется в свободной форме с оповещением секретаря.

Для выполнения описанных задач необходимы определенные компетенции. Связи с чем были разработаны требования к кандидату на новую должность:

- высшее образование (менеджмент, сервис),
- опыт работы в сфере клиентского обслуживания от 1 года,
- опыт работы в гостиничном/санаторном секторе – желательно.

Сайт компании обслуживает фирма «TRAVELLINE», подтвердившая возможность подключения формы обратной связи с единой разовой оплатой. Вся информация будет поступать в форму ЯНДЕКС.Таблиц с возможностью редактирования. Разработка таблицы включена в стоимость подключения формы на сайте.

Оператор, предоставляющий услуги связи и Интернет в санатории – АО Ростелеком, также подтвердил возможность подключения единого номера 8-800-xxx для ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский». Как постоянному клиенту, курорту предоставляется доступ к личному кабинету со статистикой поступающих отвеченных и пропущенных звонков, возможность подключения до 5 добавочных номеров без дополнительной платы. Также в стоимость ежемесячной абонентской платы входит аренда 2 телефонов с IP-телефонией.

Таблица 9 – Затраты на внедрение системы получения обратной связи от клиентов ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

Статья затрат	Единовременные затраты, т. р.	Текущие затраты, т. р.
Заработная плата менеджера сервиса	-	540
Подключение номера 8-800-xxx	25	-
Отплата номера 8-800-xxx	-	42
Подключение формы обратной связи на сайте	35	-
Бумага для печати анкет	-	6
Принтер для печати анкет	55	6
Компьютер для менеджера сервиса	60	9,6
Итого	175,0	603,6

Затраты для внедрения и функционирования системы получения обратной связи представлен в таблице 9 на период 1 год.

Проект внедрения системы получения обратной связи от клиентов ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» представлен на рисунке 20.

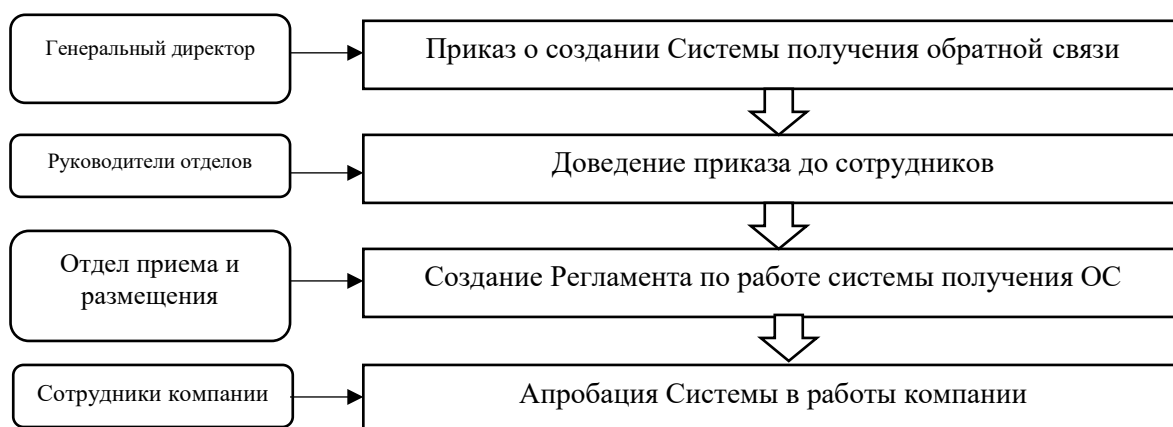


Рисунок 20 – Проект внедрения системы получения обратной связи от клиентов

Внедрение разработанной системы получения обратной связи будет:

- способствовать оперативному информированию руководства санатория о состоянии и возникающих проблемах сервисного обслуживания клиентов;
- обеспечивать быстроту реагирования на пожелания отдыхающих;
- поддерживать высокий уровень качества логистики сервисного обслуживания клиентов.

В результате функционирования предложенной системы приведет к повышению привлекательности санатория для новых и постоянных клиентов, повышению спроса на услуги.

3.2 Внедрение МИС «Медиалог» ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Одной из основных проблем логистики сервисного обслуживания является планирование клиентских потоков внутри компании, осуществляемое без применения информационных технологий.

Результаты анализа обслуживания клиентов позволили сделать вывод о том, что чаще всего отдыхающие жалуются на длительное ожидание лечебных процедур и несоблюдение регламента их расписания, сокращение свободного времени, предназначенного на индивидуальный отдых.

Основным инструментом планирования и структурирования информации на всех уровнях для компаний, оказывающих медицинские услуги, является МИС – медицинская информационная система.

Целью внедрения МИС на ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский» является формирование информационной системы, которая позволяет управлять процессом оказания услуг лечения и курортного отдыха клиентов в санатории, в том числе осуществлять планирование, учет и контроль процесса сервисного обслуживания.

МИС способна выполнить основные задачи в рамках совершенствования информационного потока логистики сервисного обслуживания санатория за счет:

- создания единой информационной базы клиентов;
- возможности планирования расписания автоматически и его координации с общим расписанием всех посетителей;
- возможности отслеживания процессов в режиме реального времени, а также на базе отчетности;
- возможности корректировки существующих договоров с клиентом, добавления услуг и пр. в режиме онлайн.

На сегодняшний день рынок информационных систем для разных сфер характеризуется предложением разных типов и видов программ. Для выбора наиболее подходящей системы для ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» был проведен анализ существующих программ для медицинских организаций (Приложение В).

Результаты анализа позволяют сделать вывод о том, что большая полнота функционала и результативность работы присуще Медицинской информационной системе «Медиалог».

Отличительными характеристиками МИС «Медиалог», способствующими улучшению системы логистического сервисного обслуживания являются:

- гибкая архитектура за счет возможности расширенных настроек;
- функциональность и расширяемость системы за счет возможности подключения дополнительных модулей;
- интуитивно понятный интерфейс со всплывающими подсказками и напоминаниями;
- возможность настройки и создания новых шаблонов выходных документов и отчетов;
- автоматическое создание расписания процедур и его передача в задействованные отделения;
- автоматическое заполнение типовых медицинских документов;
- ведение электронной медицинской карты (ЭМК), соответствующей ГОСТ Р 52636-2006;
- автоматическое ведение учета взаиморасчетов со страховыми компаниями, контрагентами, поставщиками медикаментов и оборудования;
- оптимизация использования медикаментов и материалов;
- интеграция с внешними решениями.

Модули медицинской информационной системы представлены на рисунке 21.

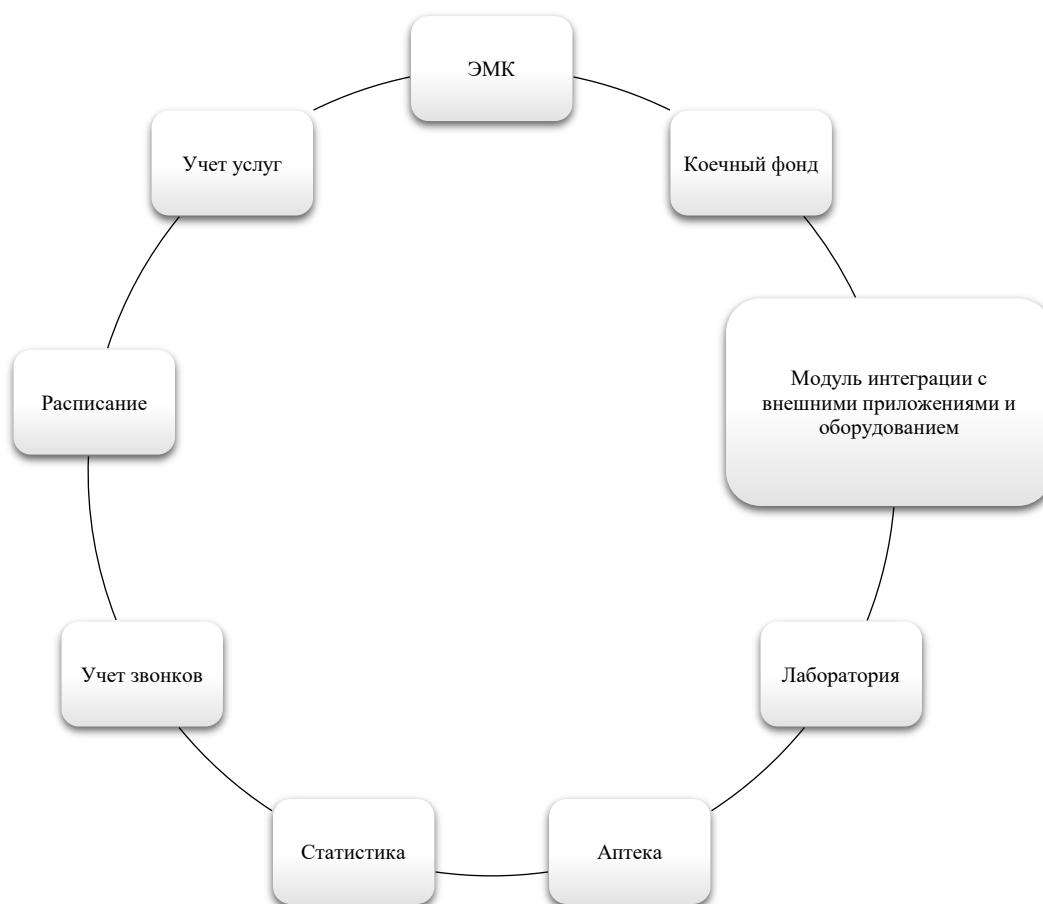


Рисунок 21 – Модули МИС «Медиалог»

Рассмотрим более подробно каждый из модулей МИС «Медиалог».

Модуль «ЭМК» позволяет хранить сведения о здоровье пациентов в электронном виде. Поддерживается ведение амбулаторной карты пациента или истории болезни больного. ЭМК в Медиалог соответствует ГОСТ Р 52636-2006, значит может быть передана в другую информационную систему. МИС сопряжена с медицинским оборудованием. Результаты анализов автоматически вносятся в карту больного. Это экономит время персонала и исключает ошибки, возникающие вследствие человеческого фактора. Возможен экспорт данных карты в формат HTML.

Модуль «Статистика» позволяет вести статистический учет данных, поступающих в МИС.

Модуль «Расписание» позволяет составлять расписание работы сотрудников и отделений, формировать карту потока пациентов в течении дня и резервировать время приема пациентов.

Модуль «Учет звонков» интегрирован с регистратурой санатория. При поступлении звонка МИС автоматически распознает номер пациента и открывает его карту. Это очень удобно и повышает лояльность пациентов.

Модуль «Лаборатория» позволяет вести автоматизировать работу лаборатории.

Модуль «Учет услуг» позволяет вести учет медицинских услуг, оказываемых клиентам, а также взаиморасчеты контрагентами, страховыми компаниями и другими учреждениями. Модуль интегрирован с фискальным регистратором и передает данные в бухгалтерские программы.

Модуль «Аптека» позволяет хранить информацию о поступлении и отпуске медикаментов и расходных материалов.

Модуль «Коечный фонд» позволяет резервировать и распределять койко-места, формировать фонд платных коек, передавать данные в модуль статистики для определения загруженности отделений.

Также в МИС «Медиалог» существуют модули:

- планы лечения;
- стандарты лечения;
- репликация данных;
- обработка изображений;
- PACS и протокол DICOM - для просмотра изображений по протоколу DICOM и подключение DICOM-оборудования;
- METASCAN – для сопряжения с медицинским оборудованием;
- стандарт HL7 -международный стандарта в МИС;
- системное ядро – для обеспечения безопасности и защиты информации.

Внедрение МИС «Медиалог» предлагается реализовать силами ООО «МедКонсалт», осуществляющей обслуживание программного обеспечения ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» и имеющей десятилетний опыт в вопросе внедрения и доработки МИС Медиолог в медицинских учреждениях. Автором был разработан проект внедрения МИС в информационную систему ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский», отраженный на рисунке 22.

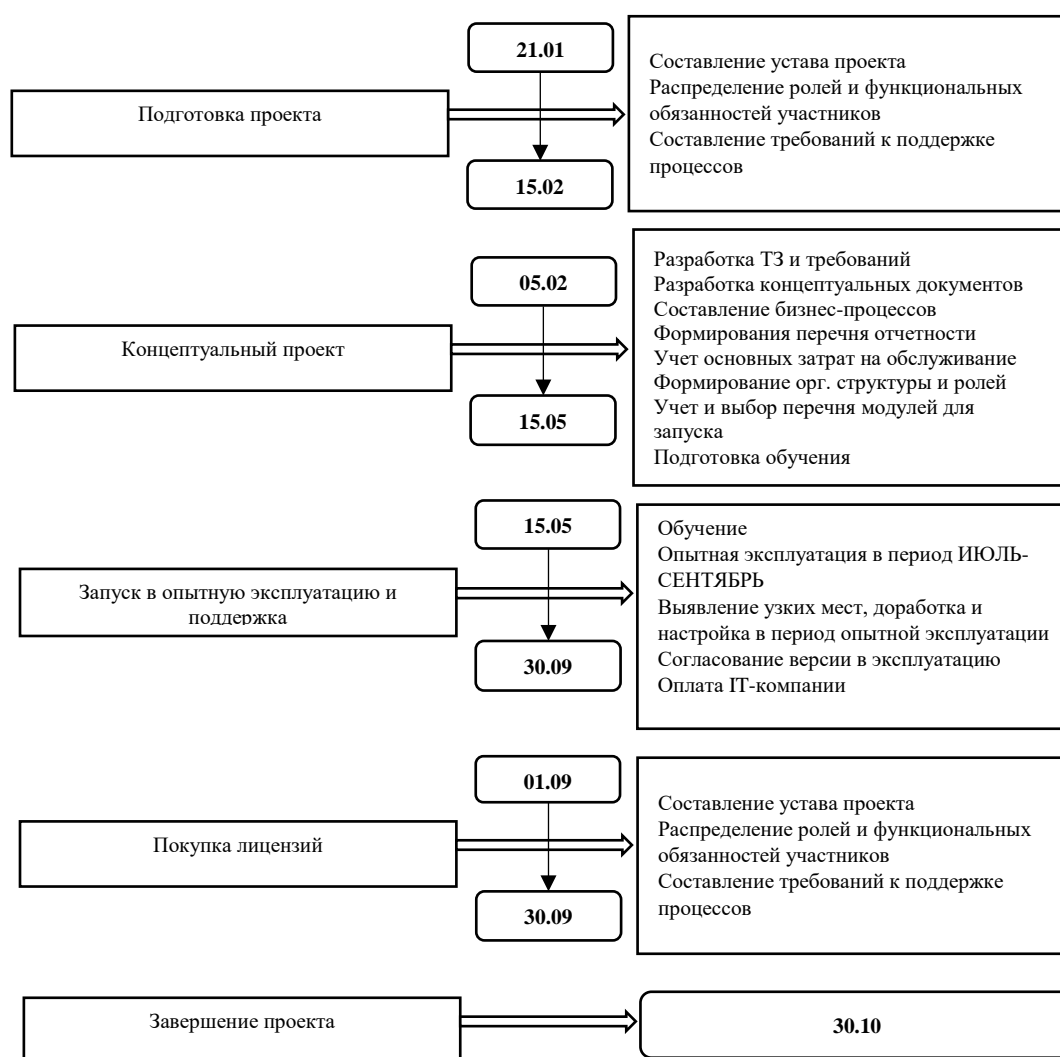


Рисунок 22 – Проект внедрения МИС «Медиалог»

В таблице 10 представлены затраты на внедрение МИС «Медиалог» в ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский».

Таблица 10 – Основные этапы и затраты на внедрение МИС «Медиалог» ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

Этап внедрения проекта	Затраты, т. руб.
Покупка лицензий МИС «Медиалог» для пользователей	1560
Обучение пользователей	320
Оплата услуг ООО «МедКонсалт»,	750
Итого	2630

Внедрение МИС «Медиалог» будет способствовать улучшению качества сервисного обслуживания отдыхающих и совершенствованию информационной системы санатория в целом.

Разработчики программного обеспечения прогнозируют следующие изменения эффективности деятельности медицинской организации после внедрения МИС «Медиалог»:

- снижение временных потерь в потоке пациентов (73% за первый год использования модуля «Расписание»);
- снижение временных и трудовых затрат за счет автоматического составления и заполнения расписания (68% за первый год использования модуля «ЭМК»);
- увеличение выручки компании за счет роста привлекательности сервиса (7% за первый год использования, далее +4% каждый последующий год).

Прогнозная динамика выручки от внедрения МИС «Медиалог», основанная на данных компании разработчика, представлена в таблице 11

Один из эффектов от внедрения – снижение временных потерь пациентов в процессе прохождения лечебных процедур. Возможность автоматического

планирования позволяет формировать расписание исходя из пропускной способности каждого из отделений и процедурных кабинетов.

Таблица 11 – Прогнозируемый прирост выручки на период 2022 – 2027 гг.

Период	2021	Прогнозируемый прирост					Прирост 2021-2026 гг.	
		2022	2023	2024	2025	2026	т. р.	%
Выручка, т. р.	158529	11097,0	6785,0	7056,4	7338,7	7632,2	39 909,46	25,17
ИТОГО		169626	176411,1	183467,5	190806,2	198438,5		

На рисунке 23 представлена карта потока прохождения лечебных процедур пациентов по направлению «Заболевания дыхательных путей» ООО «Курорты Чечни» курорт Серноводск-Кавказский» после внедрения МИС «Медиалог».



Рисунок 23 – Карта потока прохождения лечебных процедур пациентов по направлению «Заболевания дыхательных путей» ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский» после внедрения МИС «Медиалог»

Особое значение в данном случае имеет разделение общей группы пациентов на потоки для прохождения процедур параллельно. Это способствует снижению общей нагрузки на каждый кабинет в момент поступления отдыхающих и сокращает очереди. Общая динамика снижения затрат времени представлена в таблице 12. Общее снижение времени составляет 56 минут или 21,9%, что значительно ускоряет поток пациентов. Данный фактор говорит об эффективности применения МИС в деятельности ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский».

Таблица 12 – Динамика изменения затрат времени при прохождении процедур одним пациентом после внедрения МИС

Действие	Затраты времени до внедрения МИС, мин.	Затраты времени до внедрения МИС, мин.
Перемещение до кабинета физиотерапии	3	3
Физиотерапия	30	30
Перемещение до кабинета ингаляции	3	3
Ожидание очереди на ингаляцию	32	0
Ингаляция	30	30
Перемещение до отделения грязелечения	3	3
Ожидание процедуры грязевых ванн	68	34
Грязевая ванна	50	50
Перемещение до соляной комнаты	4	4
Галотерапия (соляная комната)	30	30
Перемещение до кабинета массажа	4	4
Ожидание очереди на массаж	46	23
Ручной лечебный массаж	43	43
Итого затрат времени, мин.	256	200

Внедрение МИС «Медиалог» позволяет автоматизировать составление расписания, что значительно сокращает трудоемкость операций, производимых отделом планирования в ручном режиме. В таблице 13 представлена информация об изменении затрат времени на выполняемых операциях.

Исходя из данных таблицы 13, можно сделать вывод, что снижение трудоемкости составит 9345 ч./год или 68% на операции по составлению расписания процедур. Данный фактор говорит о том, что высвобождение времени у специалистов отдела планирования позволит обрабатывать большее

число задач в рамках общего роста числа клиентов санатория. Также данный показатель говорит о сокращении срока информационного потока «специалист-клиент», а значит, повысит уровень привлекательности сервиса обслуживания у клиентов.

Таблица 13 – Сравнительная трудоемкость типовых операций по составлению расписания процедур

Выполняемые операции	Обработка запроса			Обработка электронных документов	
	Трудоемкость одной операции, часов	Количество операций по одному сотруднику, шт.	Итого затраты времени на всех сотрудников, ч/год.	Трудоемкость одной операции после внедрения МИС, часов	Затраты времени сотрудников отдела планирования, ч/год.
Анализ назначенных процедур	0,16	2102	672,6	0,05	215,2
Составление индивидуального расписания пациента	0,48	2102	2017,9	0,15	645,7
Наложение расписания пациента на общий поток прохождения процедур по направлению	0,8	2012	3219,2	0,26	1030,1
Наложение расписания направления на общий поток пациентов в период	0,96	2102	4035,8	0,31	1291,5
Доработка индивидуального расписания пациента	0,224	1569	702,9	0,07	224,9
Передача расписания в отделения	0,736	2102	3094,1	0,24	990,1
Итого	3,36	11989	13742,7	1,0752	4397,6

На рисунке 24 представлена динамика изменения затрат времени на получение 1 пациентом расписания процедур на период пребывания в санатории.

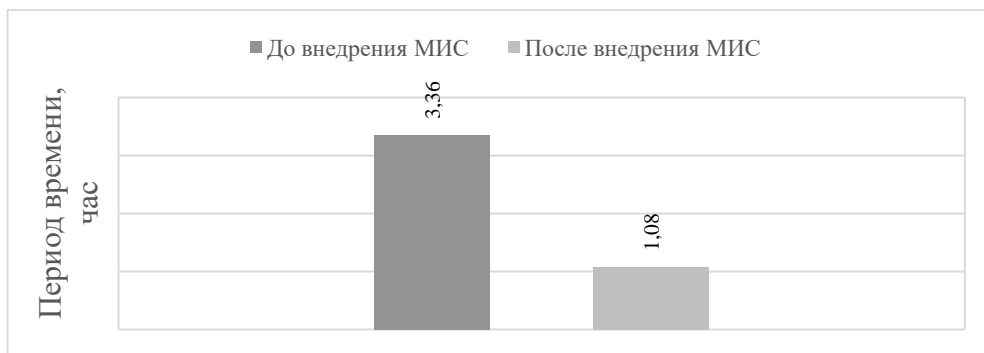


Рисунок 24 – Динамика изменения затрат времени на получение 1 пациентом расписания процедур

Снижение трудоемкости работ, связанных с составлением расписания, привело к сокращению доли этого вида работ в общем фонде рабочего времени (формула 1):

$$\Delta t = \frac{(t_1 - t_0) * 100}{t_0}, \quad (1)$$

где t_0 и t_1 – затраты времени на всех сотрудников до и после внедрения МИС, ч/год

$$\Delta t = \frac{(13742,7 - 4397,6) * 100}{13742,7} = 68\%$$

В результате внедрения МИС ожидаемое повышение производительности труда сотрудников отдела планирования, определяемое по формуле 2, составит:

$$\Delta W = \frac{100 * \Delta t}{100 - \Delta t} \quad (2)$$

$$\Delta W = \frac{100 * 68}{100 - 68} = 212,5$$

Условное высвобождение сотрудников отдела планирования определяется по формуле (3):

$$\Delta\text{Ч}_{\text{усл}} = \text{Ч}_1 * \left(1 + \frac{\Delta W}{100}\right) - \text{Ч}_1. \quad (3)$$

где Ч_1 – численность сотрудников отдела планирования, чел.;

$$\Delta\text{Ч}_{\text{усл}} = 9 * \left(1 + \frac{212,5}{100}\right) - 9 = 2 \text{ чел.}$$

Экономия затрат на основную и дополнительную заработную плату в связи с условным высвобождением сотрудников отдела планирования рассчитывается по формуле (4):

$$\Delta\text{Э}_{\text{ЗП}} = \Delta\text{Ч}_{\text{усл}} * (\text{ЗП}_{\text{осн}} + \text{ЗП}_{\text{осн}} * \text{К}_{\text{доп}}) * 12 \quad (4)$$

где $\text{ЗП}_{\text{осн}}$ – основная средняя годовая заработная плата сотрудника отдела планирования, руб.;

$\text{К}_{\text{доп}}$ – коэффициент дополнительной заработной платы

$$\text{Э}_{\text{ЗП}} = 2 * (32400 + 32400 * 0,1) * 12 = 855360 \text{ руб.}$$

Экономия затрат на страховые взносы вычисляется по формуле:

$$\text{Э}_{\text{ст.взн}} = \text{Э}_{\text{ЗП}} * \frac{L}{100} \quad (5)$$

где L – процент отчислений на страховые взносы, %

$$\text{Э}_{\text{ст.взн}} = 855360 * 0,3 = 256608 \text{ руб.}$$

Условно-годовая экономия в результате МИС вычисляется по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{год}} = \mathcal{E}_{\text{ЗП}} + \mathcal{E}_{\text{ст.взн}} \quad (6)$$

$$\mathcal{E}_{\text{год}} = 855360 + 25660 = 1111968 \text{ руб.}$$

Для определения общего прироста производительности труда по ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» курорт можно применить следующую формулу:

$$\Delta W = \frac{\Delta \text{Ч}_{\text{усл}} * 100}{\text{Ч}_{\text{исх}} - \Delta \text{Ч}_{\text{усл}}} \quad (7)$$

где $\text{Ч}_{\text{исх}}$ – среднесписочная численность персонала санатория в 2021 г., чел.;

$$\Delta W = \frac{2 * 100}{164 - 2} = 12,96\%$$

Ожидаемые результаты внедрения предлагаемых мероприятий представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Ожидаемые показатели эффективности деятельности ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

Показатель	2021	2022 (прогноз)	Отклонения	
			Абс.	Темп прироста, %
Выручка, т. руб.	158529	169626	11097,00	7,0
Прибыль от продаж, т. руб.	53794	87119,9	33325,91	61,95
Рентабельность продаж, %	51,36	51,36	-	-
Затраты времени клиентского потока при прохождении процедур, чел./час	4,27	3,3	-0,97	-22,7
Выручка на одного клиента, т. руб. (в соответствии с проходимостью 2021 г.)	31,07	33,25	2,18	7,03
Условно-годовая экономия, т. руб.	-	-	-	1111,97
Единовременные инвестиции на внедрение мероприятий, т. руб.	-	2805	-	-
Срок окупаемости мероприятий, лет	-	0,032	-	-
Прирост среднегодовой выработки работающего	-	-	-	12,96

Итак, с целью установления тесных взаимовыгодных отношений с клиентами на долгосрочной основе, было предложено внедрить в деятельность «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» системы сбора обратной связи, чтобы на основе поступающей от клиентов информации постоянно вносить улучшения в сервисное обслуживание отдыхающих санатория.

Ожидаемыми показателями эффективности внедрения медицинской информационной станет прирост выручки на 7% в 2022 г. и последовательное увеличение в течении последующих четырех лет на 4%. Важным результатом внедрения МИС «Медиалог» является исключение времени излишнего ожидания клиентом начала процедуры, что позволит сократить затраты времени на прохождение лечения на 21,9%, и, в конечном итоге повлияет на общую скорость клиентского потока и повышение эффективности использования лечебной базы санатория. Применение МИС «Медиалог» приведет к росту производительности труда сотрудников организации на 12,96%. Ожидаемый финансовый результат – увеличение прибыли на 61,95%. Приведенные прогнозные значения критериев оценки предлагаемого мероприятия позволяют сделать вывод об эффективности внедрения МИС «Медиалог», которая станет как ключевой в системе управления логистикой сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский».

Таким образом, рекомендуемые мероприятия направлены на завоевание доверия новых клиентов, повышение лояльности отдыхающих, поддержания и развития с ними долгосрочных отношений, а ожидаемые результаты свидетельствуют о возможности повышения уровня сервисного обслуживания организации и создании новых конкурентных преимуществ, что в современных условиях жесткой конкуренции позволит продолжить развитие и наращивание прибыли в долгосрочной перспективе.

Заключение

Общая тенденция рынка на значимость желаний и потребностей клиента обуславливает ужесточение конкуренции и требует от игроков вести активный поиск новых уникальных конкурентных преимуществ. Наблюдаемый рост объемов сферы услуг в общем ВВП делает ее привлекательной для инвесторов и представителей бизнеса. Курортно-санаторный сектор экономики активно развивается на фоне санкций и поддержки государства, однако, компаниям требуется обеспечивать максимально качественный сервис, чтобы привлечь клиентов. В связи с этим логистика сервисного обслуживания становится актуальным инструментом для укрепления позиций компаний на рынке. Основываясь на вышесказанном, цель бакалаврской работы была определена как разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование сервисного обслуживания.

Объектом исследования выбрано ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский».

В первом разделе в ходе работы были исследованы и систематизированы теоретические аспекты логистики сервисного обслуживания, ее специфика в рамках курортно-санаторной организации, что позволило разработать систему логистики сервисного обслуживания и построить модель потоков сервисного обслуживания в санаторно-курортной организации. В процессе исследования были рассмотрены основные методы оценки уровня сервиса, а также направления совершенствования логистики сервисного обслуживания в курортно-санаторных организациях.

Второй раздел содержит анализ финансового состояния объекта исследования, а также факторов внешней и внутренней сред, оказывающих влияние на логистику сервисного обслуживания компании. Организационная структура ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» обладает необходимой гибкостью и адаптивностью благодаря грамотному разделению

должностных обязанностей и делегированию полномочий. Анализ финансовой деятельности ООО «Курорты Чечни» курорт «Серноводск-Кавказский» показал, что за период с 2019 по 2021 гг. в результатах деятельности компании наблюдается положительная динамика. О стремлении компании следовать передовым направлениям развития лечебно-оздоровительных процедур в санаторно-курортном обслуживании на основе современной материально-технической базы свидетельствует тенденция роста стоимости основных фондов.

Проведенный анализ сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский» базировался на построении модели финансовых, материальных и информационных потоков компании. Анкетирование клиентов позволило выявить основные проблемы с точки зрения клиентов, а именно скорость прохождения процедур (наличие очередей), а также нарушение регламента расписания распорядка лечения. Все это свидетельствует о существующих проблемах в сервисном обслуживании объекта исследования.

В бакалаврской работе разработаны мероприятия по совершенствованию логистики сервисного обслуживания ООО «Курорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский». Предложено внедрение системы получения обратной связи для своевременного реагирования на жалобы и пожелания клиентов. В бакалаврской работе предложено внедрение МИС «Медиалог», позволяющей оптимизировать логистические потоки компании на основе автоматизации процедур составления расписания, электронного документооборота, что создает возможность мониторинга качества сервисного обслуживания в режиме реального времени. Критериями оценки эффективности внедрения предложенных мероприятия является прогнозируемый рост выручки не менее, чем на 7%, прибыли на 62%, сокращения потерь времени клиентов при прохождении процедур на 21,9 %. Таким образом, в результате исследования цель бакалаврской работы успешно достигнута благодаря решению всех поставленных задач.

Список используемой литературы

1. Бадави А. А. Особенности организации функционально-планировочной структуры зон сервисного обслуживания малых гостиниц / А. А. Бадави // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2021. – № 10. – С. 46-57.
2. Вакулина Л. Д. Личностная характеристика современного менеджера гостиничного комплекса / Л. Д. Вакулина // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов: VI ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ. – Ялта: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2019. – С. 277-278.
3. Валина С. Б. Повышение уровня сервиса гостиничного предприятия через гибкую систему управления персоналом / С. Б. Валина // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 2-1. – С. 71-79
4. Джум, Т. А. Организация сервисного обслуживания в туризме : учеб. пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. — М. : Магистр : ИНФРАМ, 2019. — 368 с
5. Дудник А. В. Организация сервисной деятельности на активных туристских маршрутах (на примере туров в Республике Алтай) / А. В. Дудник, А. В. Метелев, Н. Г. Прудникова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2020. – № 12. – С. 29-36.
6. Егоров Ю. Н. Логистика : учебное пособие / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 256 с.
7. Жаров В. Г. К вопросу о формировании сервиса в России / В. Г. Жаров, М. В. Рунтова // Славянский форум. – 2020. – № 1(27). – С. 200-206.
8. Закиров В. М. Анализ эффективности систем обслуживания сервисных услуг / В. М. Закиров, А. А. Аметова // Universum: технические науки. – 2021. – № 11-2(92). – С. 76-79.

9. Захарова А. В. Сравнение стандартов обслуживания на предприятиях сервиса в России и за рубежом / А. В. Захарова // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 2-2. – С. 157-165.

10. Игнатьева Л. М. Особенности сервисного обслуживания клиентов на объектах временного размещения / Л. М. Игнатьева // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 2-2. – С. 64-71.

11. Кириллова С.А., Атаева А.Г. Проблемы организации особых экономических зон туристско-рекреационного типа в регионах России // Проблемы развития территории. – 2022. – Т. 26. № 1. – С. 62–79.

12. Коль О. Д. Концептуальная модель туристского кластера как логистической системы / О. Д. Коль // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 2(122). – С. 98-104.

13. Коль О. Д. Особенности использования интегрированной логистики в управлении туристской дестинацией / О. Д. Коль // Логистика и управление цепями поставок : Сборник научных трудов / Под редакцией В.В. Щербакова, Е.А. Смирновой. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. – С. 103-109.

14. Левина А. Б. Разработка модели управления процессами сервисной логистики / А. Б. Левина, Ю. С. Якунина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2020. – Т. 14. – № 1. – С. 180 – 188.

15. Лимонов, В. И. Необходимость и нормативно-правовые механизмы реализации единой стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ / В. И. Лимонов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 9-3. – С. 429-433.

16. Логистика : учебник / под ред. Б.А. Аникина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 320 с.

17. Маркова О. В. Современное состояние и перспективы развития логистического сервиса / О. В. Маркова // Международный журнал

гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 9-1(48). – С. 161-163.

18. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации «О внесении изменений в Порядок организации санаторно-курортного лечения, утвержденный приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 5 мая 2016 г. № 279н» от 25.09.2020 № 1028н URL: <https://www.law.ru/npd/doc/docid/566085667/modid/99> (дата обращения: 18.02.2022).

19. Россия: доля сферы услуг [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.theglobaleconomy.com/Russia/Share_of_services/ (дата обращения: 14.05.2022)

20. Семкина, Н. С. Современная концепция организации обслуживания на предприятиях гостиничного комплекса / Н. С. Семкина, О. В. Мезенцева // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2009. – № 2(8). – С. 95-100.

21. Скоробогатова Т.Н. К вопросу об обслуживании потребителей: логистический ракурс // В центре экономики. 2020. №2. – С. 1-5.

22. Скоробогатова Т. Н. О конкурентоспособности предприятий: логистический аспект / Т. Н. Скоробогатова, Г. Н. Ротанов // В центре экономики. – 2020. – № 1. – С. 29-33.

23. Соколовская М. О. Развитие рынка гостиничных услуг в России / М. О. Соколовская // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2015. – № 8-7. – С. 132-133.

24. Суханов А.Е. Пути и проблемы управления качеством услуг в учреждениях санаторно-курортного типа // Colloquium-journal. 2022. №5 (128). С. 10-13.

25. Тенденции развития современной логистики / И. Ермаков, Б. Аникин, О. Аникин, С. Кузьминых // Логистика. – 2019. – № 12(157). – С. 34-39.

26. Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 18.02.2022).

27. Ян Ч. Реализация логистического подхода к управлению туристскими потоками / Ч. Ян // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2021. – № 6(132). – С. 190-197.

28. Надворная О. А. Процессный подход к анализу качества гостиничных услуг / О. А. Надворная, С. Г. Федорчукова // Научный вестник МГИИТ. – 2018. – № 2(52). – С. 53-59.

Приложение А

Технико-экономические показатели ООО «Куурорты Чечни», курорт
«Серноводск-Кавказский»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение					
				2020-2019гг.		2021-2020гг.		2021-2019гг.	
				Абс.	Темп	Абс.	Темп	Абс.	Темп
				изм	прироста,	изм	прироста,	изм	прироста,
(+/-)	%	(+/-)	%	(+/-)	%				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Выручка ¹ , тыс. руб.	124974	139365	158529	14391	11,52	19164,00	13,75	33555,00	26,85
2. Себестоимость продаж ¹ , тыс. руб.	54919	59339	90012	4420	8,05	30673,00	51,69	35093,00	63,90
3. Валовая прибыль ¹ (убыток), тыс. руб.	70055	80026	68517	9971	14,23	-11509,00	-14,38	-1538,00	-2,20
4. Управленческие расходы ¹ , тыс. руб.	12856	13799	14723	943	7,34	924,00	6,70	1867,00	14,52
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	57199	66227	53794	9028	15,78	-12433,00	-18,77	-3405,00	-5,95
Убыток, т руб.	-3325								
7. Чистая прибыль ¹ , тыс. руб.	-	2798	11200			8402,00	300,29		
8. Основные средства, тыс. руб.	2063	1512	15574	-551	-26,71	14062,00	930,03	13511,00	654,92
9. Оборотные активы ² , тыс. руб.	40453,0	64215,0	36452,0	23762	58,74	-27763,00	-43,23	-4001,0	-9,89
10. Среднестатистическая численность ППП, чел.	147	152	164	5	3,40	12,00	7,89	17,00	11,56
Фонд оплаты труда ППП, тыс. руб.	3189,9	4332	5149,6	1142,1	35,80	817,60	18,87	1959,70	61,43
Среднегодовая выработка работающего, т.р.	850,16	916,88	966,64	66,71173	7,85	49,77	5,43	116,48	13,70
Среднегодовая заработная плата работающего, т.р.	21,70	28,50	31,40	6,8	31,34	2,90	10,18	9,70	44,70
14. Фондоотдача (стр1/стр8)	60,58	92,17	10,18	31,59385	-	-81,99	-	-50,40	-
15. Оборачиваемость активов, раз (стр1/стр9)	3,089	2,170	4,349	-0,91908	-	2,179	-	1,260	-
16. Рентабельность продаж, % (стр6/стр1) ×100%	45,769	47,521	33,933	1,75182	-	-13,587	-	-11,835	-
17. Рентабельность деятельности, % (стр6/(стр2+стр4+стр5)) ×100%	84,40	90,55	51,36	6,155314	-	-39,189	-	-33,033	-
18. Затраты на рубль выручки, коп. (стр2+стр4+стр5)/стр1*100 коп.)	54,2313	52,4795	66,0668	-1,7518	-3,230	13,5873	25,891	11,8355	21,82

Рисунок А.1 - Технико-экономические показатели ООО «Куурорты Чечни», курорт «Серноводск-Кавказский»

Приложение Б

Параметры обслуживания отдыхающих в санаторно-курортных организациях

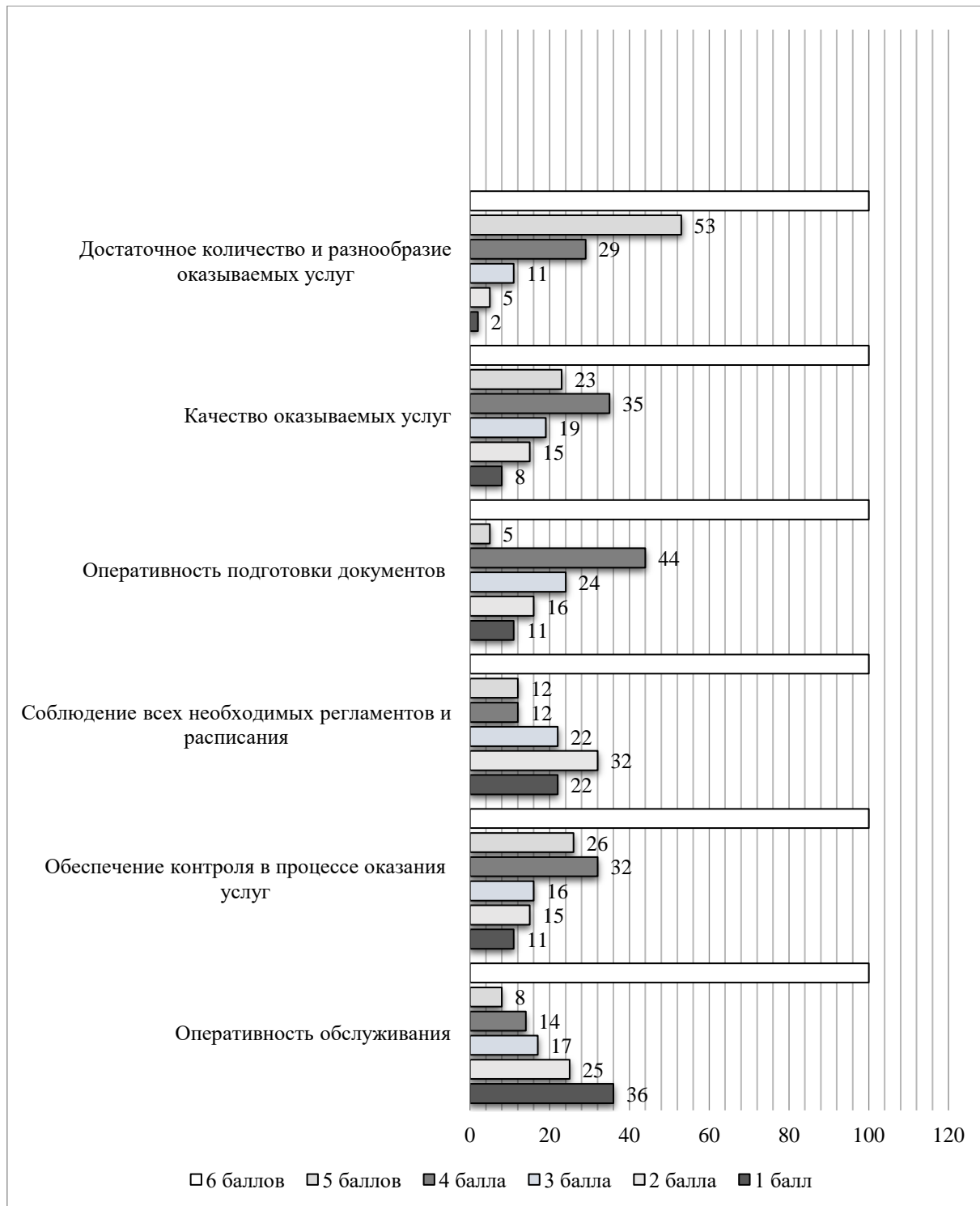


Рисунок Б.1 – Оценка параметров обслуживания ООО «Курорты Чечни», курорт Серноводск-Кавказский»

Приложение В

Сравнение функциональных особенностей МИС

Таблица В.1 – Сравнение функциональных особенностей МИС для медицинских компаний

Наименование продукта	Медицина	Медиалог	АрхиМед
Бесплатное тестовое пользование	30 дней	35 дней	10 дней
Тип	Серверная	Серверная/облачная	Облачная
Интеграция с сервисами	Google DOCS, Microsoft Outlook, Skype, 1С	Яндекс. Почта, Google Apps, большая часть существующих АСТ, 1С, все продукты Microsoft	Gmail, Google Календарь, соцсети, Яндекс. Почта, 1С
Импорт/экспорт документов	Excel, PDF, Word	Excel, PDF, Word	Excel, PDF, Word
Оповещения	Портал, мобильный телефон, электронная почта, push-уведомления	Портал, мобильный телефон, электронная почта, push-уведомления	Портал
Аналитика	Отчеты	Воронка продаж, отчеты по временным затратам на одного пациента, автоматизированное оповещение о ближайшем приеме, автоматическая отправка отчетов	Активность сотрудников, воронка продаж
Структура задачи	Задачи, диаграмма Ганта	Плоские и иерархические задачи, возможность интеграции расписания отделений и врачей, интеграция в систему управления оборудованием	Задачи, календарь
Дополнительные модули в составе коробочной версии		Сквозная аналитика; IP-телефония и аналитика по IP-телефонии; Скрипты продаж; Мобильное приложение; Контрольно-кассовая техника; Онлайн-эквайринг; Интеграция с OSMIcards; Интеграция с АМО.	
Анонсируемый прирост выручки, % год	2,1	7,0	3,9
Оплата, год на 1 пользователя	64 300	32 500	От 12 000