

В.С. Артеменко, канд. техн. наук

О.В. Ольшанський, канд. екон. наук

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Розглянуто питання механізму контролю за якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування в умовах сучасного світового ринку та інтеграції України в міжнародне співтовариство. Запропоновано напрями реалізації політики у сфері вдосконалення якості послуг.

Рассмотрены вопросы механизма контроля качества услуг на предприятиях сферы обслуживания в условиях современного мирового рынка и интеграции Украины в международное сообщество. Предложены направления реализации политики в области совершенствования качества услуг.

The question of the mechanism of quality control services in today's global market and the integration of Ukraine into the international community. Directions of policy in improving the quality of services.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні стрімкий розвиток сфери обслуговування призвів до зацікавленості науковців проблемами та перспективами, що з'явилися в цій галузі. Багато уваги приділяється дослідженню окремих складових послуги, зокрема якості обслуговування. Більшість наукових розробок, як правило, зосереджені на особливостях послуг, що визначають відмінності системного забезпечення якості товарів від якості процесу обслуговування. Разом із тим залишається не розробленою проблема забезпечення та управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування.

Підприємства сфери обслуговування під час негативних політичних та економічних подій мають, з одного боку, проблему значного зниження споживчого попиту, а з іншого – загострення конкуренції між підприємствами.

У сучасних економічних умовах, у яких опинилися підприємства сфери обслуговування, проблема підтримки споживчого попиту населення й конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності. Вирішенням зазначеної проблеми може стати збереження наявної клієнтської бази за рахунок підвищення якості обслуговування та орієнтації підприємства на споживача шляхом упровадження системи менеджменту якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітним аспектам регулювання якості послуг у сфері обслуговування приділено значну увагу в багатьох працях зарубіжних та вітчизняних учених, серед яких: А. Антонов, В. Версан, А. Горанін, Н. Гуков, Л. Єрохіна, Т. Конти, Дж. Москадо, К. Моук, М. Новак, Є. Панфілов, Н. Платонова, Б. Предау, Б. Робертсон, М. Соїнова, Д. Стеченко, Б. Уртман, І. Школа, Я. Ягдаров та ін.

Дослідники характеризують якість послуг як один із найважливіших показників розвитку у сфері обслуговування, пропонують підходи до її оцінки та підвищення. Проте відомі дотепер дослідження не містять повною мірою вирішення проблем забезпечення якості послуг, до того ж існують специфічні аспекти якості саме в процесі надання послуг, оскільки навіть якісні послуги можуть бути неякісно надані.

Мета та завдання статті. Метою є визначення проблем управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування.

Для досягнення мети статті поставлено такі завдання: визначити політику підприємств сфери обслуговування щодо якості надання послуг; у межах маркетингового й логістичного підходу розглянути методи контролю якості надання послуг на підприємствах сфери обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для більшості споживачів якість послуг – поняття досить широке й неоднозначне, тому кожен розуміє його по-своєму та дуже часто неправильно. Справа в тому, що якість – це не окремо взята ознака, а найчастіше цілий комплекс ознак, які дозволяють у сукупності судити про послугу. При цьому частина споживачів розглядає якість у загальному, широкому розумінні, а інша – конкретні ознаки.

Фахівці з якості послуг вважають, що якість – це чітко визначена величина, її можна виміряти, проконтролювати, і тому якістю можна керувати та вдосконалювати. Узагальнюючи наукові погляди на визначення якості послуг можна виокремити три основні підходи [1].

Якість як «відповідність вимогам» передбачає, що до початку розробки та створення послуги було визначено набір однозначних, що можна вимірювати вимог, які гарантують її якість і контролюються на всіх етапах процесу обслуговування. Будь-які відхилення від цих вимог розрізняють як дефекти, тобто ознаки відсутності якості або її зниження.

Якість як «придатність до споживання» означає, що послуга може задовольнити потреби споживача. У цьому визначенні в якості

відображена роль споживача. Адже, якщо розібратися по суті, споживач купує не послугу, а гарантію виробника, що його очікування будуть повністю задоволені. Споживача цікавить не стільки відповідність послуги раніше встановленим вимогам, скільки її споживчі властивості, наприклад, швидкість обслуговування, унікальність, надійність, а також те, наскільки всі ці ознаки відповідають ціні послуги.

Якість як «конкурентна перевага» – це візитна картка підприємства. Сьогодні якість має стати ключовою ланкою підвищення конкурентоспроможності послуг, що відіграє найважливішу роль у забезпеченні ефективності роботи всієї сфери обслуговування.

Зрештою обидва підходи до визначення поняття якості послуг тісно пов'язані й чудово узгоджуються одне з одним. Якість послуг – комплексне поняття, що всебічно характеризує ефективність діяльності, стиль управління, стратегію, маркетинг та організацію надання послуг, тому ефективне управління якістю є однією з найбільш актуальних проблем на сьогодні. У конкурентній боротьбі перемагають лише ті підприємства, що постійно ведуть роботу із забезпечення та вдосконалення якості обслуговування за важливими для споживачів показниками. Якість послуг сьогодні стає головним детермінатором формування кінцевого результату підприємства, й особливо це стосується сфери обслуговування.

Забезпечення якості послуг – це сукупність запланованих і систематично здійснюваних заходів, які створюють необхідні умови для того, щоб послуга задовольняла визначені вимоги. Інакше кажучи, система має забезпечувати впевненість у безвідмовному функціонуванні всіх її складових. Це стосується вимог до обладнання, сировини, матеріалів, персоналу.

Орієнтація підприємства сфери обслуговування на клієнта є значною конкурентною перевагою у жорсткій ринковій конкурентній боротьбі серед подібних підприємств за наявності корпоративних стандартів обслуговування, що забезпечать усім клієнтам однаково високий рівень обслуговування [2].

На рисунку запропонована політика підприємства сфери обслуговування щодо якості послуг. Зазначимо важливість забезпечення контролю якості послуг. Можна виділити кілька підходів до аналізу й управління якістю надання послуг на підприємствах сфери обслуговування [3]:

- маркетинговий підхід, заснований на аналізі й управлінні процесом взаємодії покупця й продавця послуг;
- логістичний підхід.



Рисунок – Політика підприємства сфери обслуговування щодо якості (петля якості надання послуг)

У межах кожного підходу передбачається наявність декількох методів.

Маркетинговий підхід до оцінки якості надання послуг містить: метод діаграмного проектування, метод точок дотику, метод споживчого сценарію, метод реінжинірингу, метод «Mystery Shopping».

Метод діаграмного проектування становить схематичне подання всіх етапів процесу надання послуг з урахуванням поділу їх на видиму й невидиму зону для клієнта. За допомогою використання методу «blue-printing» аналізуються, контролюються й корегуються окремі завдання наданої послуги.

Метод точок дотику полягає в такому: процес взаємодії персоналу підприємства зі споживачами в момент надання послуги називають «точкою дотику». Саме цей момент вважається контрольованим, і тому існує можливість моделювання процесу надання послуги й, відповідно, його контролю.

Метод споживчого сценарію заснований на тому, що, крім менеджера й маркетолога, брати участь у процесі проектування можуть і споживачі послуг.

Метод реінжинірингу за своєю сутністю схожий на метод діаграмного проектування. Однак відмінність полягає в тому, що аналізом, контролем і корегуванням процесу надання послуги займаються всі відділи підприємства.

Метод «Mystery Shopping» набув широкого використання у США у 1970 рр. Метою такого методу є оцінка якості надання послуг. Його сутність полягає в тому, що представники фірм під видом покупця відвідують торговельні заклади, а потім отримують «послуги». Перевагою цього методу є несподіваний контроль, таємність, пряме спостереження. Проте зазначимо, що специфіка послуг як товару дещо ускладнюється й потребує додаткових витрат під час застосування такого методу. На відміну від таємної купівлі товару, який може бути практично без шкоди повернений продавцю, надані послуги повернути, як правило, неможливо. Утім зазначене не виключає можливості досить ефективного застосування цього методу та його сприяння підвищенню якості послуг.

Логістичний підхід до оцінки якості надання послуг може бути подано двома методами: методом «точно в термін» і методом «загального управління якістю». Головним у методах логістичного підходу є якісно надана послуга в мінімальний термін. Невід'ємним процесом життєвого циклу послуги в системі менеджменту якості є закупівлі [4].

Вибір того чи іншого методу є складний процес, який обов'язково залежить від чинників, що впливають на процес надання послуг.

Висновки. Якість послуги – сукупність властивостей послуги, що визначають її придатність задовольняти встановлені й передбачувані потреби відповідно до її призначення. Вона містить у собі якість обслуговування та якість результату послуги.

У статті запропоновані два підходи щодо управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування:

1. Маркетинговий підхід до оцінки якості надання послуг містить: метод діаграмного проектування, метод точок дотику, метод споживчого сценарію, метод реінжинірингу, метод «Mystery Shopping»;

2. Логістичний підхід до оцінки якості надання послуг поданий двома методами: методом «точно в термін» і методом «загального управління якістю». Головним у методах логістичного підходу є якісно надана послуга в мінімальний термін.

На окрему увагу заслуговують питання управління якістю послуг, а саме – система показників. У цьому сенсі доцільно ретельно досліджувати існуючий зарубіжний досвід та можливість його застосування у вітчизняних умовах.

Список літератури

1. Вакуленко А. В. Управління якістю. / А. В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2006. – 168 с.

2. Харченко Т. Б. Методика впровадження системи управління якістю на підприємстві / Т. Б. Марченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12. – С. 152–155.

3. Алешкін С. Л. Методологічні основи управління якістю надання побутових послуг / С. Л. Алешкін // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 175–178.

4. Гуткевич С. О. Ефективність функціонування системи менеджменту якості на підприємстві з позиції попроцесного підходу / С. О. Гуткевич О. В. Кравченко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 3. – С. 75–85.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© В.С. Артеменко, О.В. Ольшанський, 2013.

УДК 332.146.2(477)

Н.Г. Гвазава, канд. наук з держ. упр.

ПРІОРИТЕТНІ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Дослідження концептуальних підходів до управління розвитком муніципальних утворень та економічного розвитку дозволило обґрунтувати пріоритетність концепції «економічний розвиток як результат керівництва» для ефективного розвитку територіальних громад України.