

УДК 220.54:338.465.4

DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i63.145457>

МЕТОДИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

*Науменко М.О., д. філ. екон. напр., професор,
Калінов Д.В., магістр (НА НГУ)*

У статті розглядаються питання підвищення якості надання послуг за рахунок тісної взаємодії із споживачами та фактори, котрі впливають на якість наданої послуги. Відзначено, що управління якістю при наданні послуг — це не ізольований вид діяльності відділу контролю. Щоб бути ефективним, цей процес повинен охоплювати операції всіх відділів, включаючи ті, які займаються обслуговуванням і транспортуванням.

Ключові слова: управління якістю, послуга, прибуток, фактори, професійна підготовка.

МЕТОДИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯМ

*Науменко М.А., д. фил. экон. напр., профессор,
Калинов Д.В., магистр (НА НГУ)*

В статье рассматриваются вопросы роста качества предоставления услуг за счет тесного взаимодействия с потребителями и факторы, которые влияют на качество предоставляемой услуги. Отмечено, что управление качеством при

предоставлении услуг - это не изолированный вид деятельности отдела контроля. Чтобы быть эффективным, этот процесс должен охватывать операции всех отделов, включая те, которые занимаются обслуживанием и транспортировкой.

Ключевые слова: управление качеством, услуга, прибыль, факторы, профессиональная подготовка.

THE METHOD OF PROVIDING THE QUALITY OF SERVICES TO ENTERPRISES

*Naumenko M.A., Ph.D. economic direction, professor,
Kalinov D.V., Master (National Academy of National Guard of Ukraine)*

Quality management is one of the most important spheres of activity of service enterprises. According to the directions of modern politics, quality is a political, economic and moral category. The quality of services is among the most important indicators of enterprise activity. After all, the increase in quality actually means the survival of business entities in market conditions, the introduction of scientific and technological advances, the growth of efficiency, etc.

Quality is an important part of meeting the needs of the consumer. High quality leads to high satisfaction, and high satisfaction - to loyalty of consumers. And consumer loyalty is a guarantee of high profits. Loyal consumers provide a stable consumer base of the organization. Their oral advertising adds new consumers, thereby increasing the market share for the organization.

Studies show that companies known for their high quality products and services are profitable, and therefore investing in their shares is a good investment.

Technical factors include: service technology, serial communication scheme, backup system, circuit solutions, maintenance and repair tools, technical level of design, manufacturing, operation and others.

Organizational factors include: division of labor and specialization, forms of organization of production processes, rhythmicity of the process of providing services, forms and methods of control, order of provision, forms and methods of delivery, storage, operation (consumption), maintenance, repair, and others.

Economic factors include: price, cost, forms and level of wages, the level of maintenance and repair costs, the degree of productivity of social work, and so on.

All of the above factors of quality assurance are subject to subjective factors, which include the level of training, their ability to quickly respond to non-standard situations, etc., which is reflected in the professional training of staff and their culture. After all, in ensuring the quality of services, a significant role plays a person with her professional training, physiological and emotional characteristics. Because during the rendering of services, employees can, not even own fault, allow different mistakes.

It should be emphasized that quality management in the provision of services is not an isolated type of activity of the control department. To be effective, this process should cover the operations of all departments, including those involved in servicing and transportation. In fact, quality management should cover the range of collaboration and interaction from suppliers to consumers. It is important to understand the requirements of consumers and have an accurate feedback that provides information about their perception of the services they receive.

Key words: quality management, service, profit, factors, training.

Постановка проблеми та її завданнями. Управління якістю - одна з зв'язки з науковими чи практичними найважливіших сфер діяльності

підприємств сфери послуг. Відповідно до напрямів сучасної політики якість виступає політичною, економічною та моральною категорією.

Якість послуг відноситься до числа найважливіших показників діяльності підприємств. Адже, підвищення якості фактично означає виживання господарюючих суб'єктів в умовах ринку, впровадження науково-технічних досягнень, зростання ефективності, тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених частин загальної проблеми. На сьогоднішній день якість відображає діяльність підприємства через створення якісної продукції або надання послуг, спрямовану на завоювання нових споживачів та утримання існуючих. У роботах таких вчених, як Шаповал М.І., Шеєра А.В., Фісуна К.А., Ліпича Л.Г. [1-4] якість послуг характеризується як один із найважливіших показників розвитку підприємства, пропонуються підходи до її оцінки та підвищення. Проте відомі дотепер дослідження не містять повною мірою вирішення теоретичних і методичних проблем забезпечення якості послуг, до того ж існують також специфічні аспекти забезпечення якості саме під час надання послуг.

Отже, **метою** статті є управління підвищенням якості надання послуг для завоювання та утримання підприємством сфери послуг своєї ніші на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якість - це сукупність характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені або передбачувані потреби [5]. Під послугами в загальному випадку розуміють види діяльності, в ході здійснення яких не створюється новий продукт, але змінюється якість вже наявного, тому послуга - це діяльність, процес [6].

Якість - важлива частина задоволення потреб споживача. Висока якість призводить до високого

задоволення, а високе задоволення - до лояльності споживачів. А купівельна лояльність - запорука високих прибутків.

Лояльні споживачі забезпечують стійку споживчу базу організації. Їх усна реклама додає нових споживачів, тим самим збільшуючи частку ринку для організації.

Дослідження показують, що компанії, відомі високою якістю своїх товарів і послуг є прибутковими, а тому вкладення в їх акції - це хороші інвестиції.

Коли організація виробляє товари або надає послуги вищої якості, її службовці задоволені і пишаються своєю роботою. Задоволені службовці, як правило, лояльні і працюють більш продуктивно. Крім того, в таких організаціях немає плинності кадрів, що сприяє поліпшенню якості послуг.

Вища якість означає правильне виконання першої спроби, тобто організація несе порівняно невеликі витрати на виправлення помилок і повернення грошей незадоволеному покупцеві. Попередження помилок підвищує продуктивність і знижує витрати.

На якість послуг впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою. В [7] всі фактори об'єднані в 4 групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні.

До технічних факторів належать: технологія надання послуги, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, засоби технічного обслуговування та ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші.

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність процесу надання послуг, форми і методи контролю, порядок надання, форми та способи доставки, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та

інші.

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інше.

Економічні фактори особливо важливі при переході до ринкової економіки, їм одночасно властиві контрольно-аналітичні і стимулюючі властивості. До перших відносять такі, що дозволяють виміряти: затрати праці, засобів, матеріалів на досягнення і

забезпечення певного рівня якості послуг. Дія стимулюючих факторів приводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження. Найбільш стимулюючими факторами є ціна і зарплата.

Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна повинна покривати всі витрати підприємства на заходи по підвищенню якості і забезпечувати необхідний рівень рентабельності. В той же час вироби або послуги з більш високою ціною повинні бути, високої якості (рис. 1)

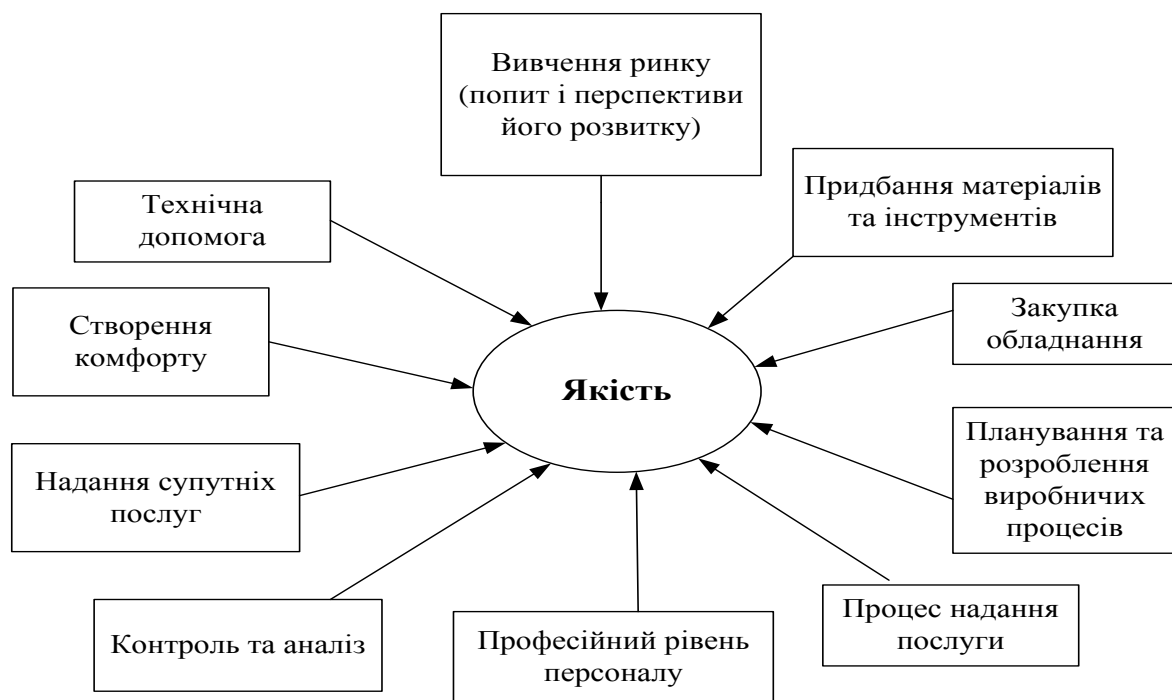


Рис. 1. "Петля якості" або етапи, на яких забезпечується якість [1]

Що стосується заробітної плати, то в умовах ринкової економіки оплата праці має досить сильний вплив на ефективність праці робітників, а отже і на діяльність всього підприємства, особливо в сфері послуг. Правильна та ефективна організація оплати праці робітників, її форм та систем дозволяє підвищувати ефективність роботи всього підприємства.

Взагалі, заробітна плата є найбільш дієвим інструментом активізації

людського фактора та використання трудового потенціалу при забезпеченні якісного виробництва чи надання послуг. При цьому використання наявного кваліфікаційного і творчого потенціалу працівників має повністю залежати від обґрунтованості та вибору методів взаємозв'язку оплати праці з кваліфікацією, змістом виконуваної роботи, результатами праці й умовами, в яких вона здійснюється.

Суб'єктивні фактори. В забезпеченні якості послуги значну роль відіграє людина з її професійною підготовкою, фізіологічними й психологічними особливостями, які по-різному впливають на розглянуті вище фактори.

Так, від професійної підготовки людей, які зайняті наданням послуги, залежить рівень використання технічних можливостей підприємства. Але якщо у процесі функціонування технічних факторів роль суб'єктивних факторів слабшає, тому що на цій стадії процес проходить з використанням сучасної техніки та технології, які максимально полегшують технологічний процес надання послуги, то в організаційних факторах суб'єктивний елемент відіграє вже значну роль, особливо коли мова заходить про форми та способи надання послуги.

Про важливість суб'єктивних факторів свідчить поширена серед підприємців думка про економічну вигідність поліпшення якості. Якість розглядається при цьому як соціально бажана мета, але її вплив на підвищення рентабельності вважається мінімальним. Пояснюється це недостатньою обізнаністю підприємців, які припускаються таких помилок:

1. Більш висока якість обходиться дорожче. Це найпоширеніша думка щодо якості. Але новий погляд на механізми створення якості і процеси її надання показав, що висока якість не завжди коштує дорожче.

2. Акцент на якість веде до зменшення продуктивності.

3. На якість впливає культура праці робочої сили. При наданні послуг провину за незадовільний рівень їх якості покладають на низьку культуру праці працівників. Більш глибокий аналіз цього питання показує, що працівники можуть нести відповідальність тільки в тому випадку, якщо керівництво виконало наступні дії:

- забезпечило всебічне навчання;
- забезпечило працівників детальними інструкціями щодо роботи;
- надало засоби для перевірки або оцінювання результатів дій цих працівників;
- виділило засоби для регулювання обладнання або процесу у випадку, якщо результат виявляється незадовільним.

4. Якість може бути забезпечена суворою перевіркою. Контроль був першим офіційним механізмом управління якістю на початку цього століття, і більшість підприємців досі впевнені, що якість може бути поліпшена за допомогою суворого контролю. Слід відмітити, що перевірка може привести тільки до відокремлення якісних послуг від неякісних. Сама по собі вона не може поліпшити якість надання послуг.

Необхідно підкреслити, що управління якістю при наданні послуг — це не ізольований вид діяльності відділу контролю. Щоб бути ефективним, цей процес повинен охоплювати операції всіх відділів, включаючи ті, які займаються обслуговуванням і транспортуванням. Фактично, управління якістю повинно охоплювати діапазон співпраці та взаємодії від постачальників до споживача. Важливо зрозуміти вимоги споживачів і мати точний зворотний зв'язок, який дає інформацію про їхнє сприйняття послуг, які вони отримують [8].

Компанії, відомі високою якістю послуг, зазвичай тримають високі ціни, тому що вони надають те, чого не можуть надати їх конкуренти.

Жодна організація не зможе перемогти конкурентів, якщо її послуги не володіють тією якістю, яку хоче споживач.

Управління якістю слід розглядати як невід'ємну складову частину ефективного управління підприємством, пов'язану із виконанням послуг. Розроблені умови на управління якістю повинні передбачати ефективне управління, щоб послуга завжди

відповідала умовам і задовольняла споживача.

Проектування управління якістю містить:

- визначення ключових видів діяльності, які істотно впливають на виконання зазначеної послуги;
- аналіз ключових видів діяльності з метою відбору тих характеристик, вимірювання і контроль яких забезпечать якість послуги;
- визначення методів оцінювання відібраних характеристик;
- визначення способів впливу на ці характеристики або управління ними в заданих межах.

Висновки: Таким чином, виходячи з усього вищесказаного, ми можемо зробити висновок про важливість якісного надання послуг для підприємства сфери обслуговування. Досягнення якості - це не питання використання особливого методу або технологічних засобів; воно вимагає зміни у філософії менеджменту та культури організації.

Взагалі-то, якість послуг у сучасних умовах розвитку підприємств сфери обслуговування є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності їх діяльності. Адже система управління якістю послуг має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів їх надання та забезпечення системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості наданої послуги мають бути об'єднані в систему управління якістю. А при управлінні якістю послуги безпосередніми об'єктами управління виступають процеси, що зумовлюють забезпечення її якості на кожному етапі. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників, які обумовлюють надання якісної послуги, розглядається як

важлива складова програми управління якістю послуг в сфері обслуговування.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Шаповал М. І. Менеджмент якості : навч. посібник / М. І. Шаповал. — К.: Знання, 2007. — 471 с.
2. Шеер А. В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы [Текст] / А. В. Шеер. — М. : Весть-Мета Технология, 2000. — 152 с.
3. Фісун К.А. Організація системи управління якістю продукції в сучасних умовах / К.А.Фісун // Вісник економіки транспорту і промисловості (збірник науково-практичних статей) УДАЗТ, 2018. – Випуск № 62. – С. 204 – 210.
4. Ліпич Л.Г. Розвиток системи управління якістю продукції машинобудівних підприємств: монографія /Л. Г. Ліпич, Н. В. Геліч. – Луцьк: Волин. нац. Ун-т ім.. Лесі Українки, 2010. – 200 с.
6. Павлов В.І.,
5. Мишко О.В. Трансформація системи управління якістю товарів в Україні: монографія/ О.В. Мишко. – Рівне: НУВГП, 2009. – 202 с.
6. Шлях до якості: запровадження системи управління якістю // Бюрократ (інформаційний бюлетень). — 2009. — №1–2. — С. 4–7.
7. Леонов И. Г., Аристов О. В. Управление качеством продукции/ И. Г. Леонов, О. В. Аристов. — М: Изд-во стандартов, 1990. – 254 с.
8. Каличева Н.Є. Підходи до створення універсального іміджу для забезпечення конкурентоспроможності підприємств громадського харчування/ Н.Є. Каличева, А. О. Прокопенко// Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДУЗТ, 2017 . - № 60 . -С. 140-146.