

НАТАЛІЯ ГОНЧАРЕНКО

науковий керівник:

к.е.н., Луференко Л.Ю.

ЖДУ ім. Івана Франка

МЕТОДИКИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПОСЛУГ

Сучасний період становлення ринкових відносин в Україні характеризується адаптацією законодавства до вимог і умов європейського співтовариства. Це зумовлює необхідність забезпечення дієвого контролю за наданням якісних послуг. Коли підприємство невелике за розміром, то його менеджери знаходяться досить близько до всіх видів діяльності. Але чим більшою стає організація, тим в більшій мірі менеджери віддаляються від кожного виду діяльності і тим складніше їм персонально спостерігати за тим, що відбувається. Виникає потреба у створенні формальної системи контролю, яка складається з певних видів та відповідних методів контролю [2].

Виділяють п'ять найпоширеніших критеріїв, за допомогою яких споживачі оцінюють якість послуги (табл.1).

Таблиця 1

Ключові критерії оцінки якості послуг

Критерій	Характеристика	Значення
Надійність	Здатність виконати обіцяну послугу в заздалегідь визначений строк	Реалізація передбаченого відбувається своєчасно, відповідно зазначених вимог в контексті достовірності інформаційного супроводження.
Доброзичливість	Прагнення і готовність менеджера надати послугу	Орієнтація на надання вчасної інформації спрямованої виявляти уважність і симпатію, вміння та готовність підтримати клієнта навіть якщо не схвалюється його рішення.
Безпека	Високий рівень професійності надання послуг	Компетентність в різних аспектах, чітка логіка послідовності доведення, свідоме осмислення проблемної складової питання
Взаєморозуміння з покупцями	Персоніфікований підхід до клієнта	Формування унікальної, релевантної, глибоко сегментованої пропозиції щодо усвідомлення потреб клієнтів
Очевидність	Враховує критичні ключові аспекти послуги	Максимально ефективне використання існуючих засобів обслуговування в процесі реалізації послуг

Виходячи з вище зазначеного для оцінки якості послуг вбачається за доцільне використовувати методи контролю як способи і прийоми здійснення перевірки відповідності підконтрольних об'єктів заданим параметрам, що поділяються на такі групи [3]:

- фактичні (лабораторний аналіз, контрольне придбання, інвентаризація, експертиза, контрольне надання нової послуги за якістю та кількістю, нормативна перевірка, тощо);
- розрахунково-аналітичні (техніко-економічні розрахунки, аналітичне оцінювання, арифметична перевірка, динаміко-статистичне оцінювання);
- документальні (вивчення сутності і змісту відображених у документах операцій, зустрічна перевірка документів та ін.).

Вибір методів контролю залежить насамперед від обсягів роботи та виду завдань. Системоутворюючою складовою контролювання, як однієї із функцій управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства, представляється інформаційне забезпечення та маркетингові дослідження. Прикладний аспект управління якістю на

підприємстві свідчить, що для максимізації досягнення комерційних цілей варто здійснювати контролювання операційної діяльності в контексті (табл.2):

Таблиця 2

Підходи контролю якості продукції (послуг)

Підхід	Характеристика	Мета
Відповідність планових показників реальним	У рамках контролю за фактичним виконанням планових завдань виробляється значний обсяг аналітичної роботи, що включає: вивчення займаної підприємством частки ринку збуту, відповідність фактичної частки ринку виробничим і комерційним можливостям; аналіз використання можливостей реалізації виготовленої і відвантаженої з підприємства продукції; оцінка ефективності витрат на маркетинг;	Виявити збіг чи невідповідність основних запланованих показників до досягнутих результатів з обсягів реалізації товарів і послуг, доходів і прибутків з окремих товарів та цільових ринків, на яких працює підприємство, рентабельності в цілому.
Контроль прибутковості діяльності підприємства	Найбільш важливий підприємств і великих торгових компаній, що реалізують свої товари та послуги з багатьох каналів товарообігу, на багатьох цільових ринках; оскільки досить складно контролювати витрати обігу, що пов'язані з транспортно-експедиторською роботою, проміжним складуванням і збереженням товарів, вибором каналів збуту, організацією місць продажу;	Об'єктивне і своєчасне інформування про рух товарів до покупців і наявність вузьких місць у системі фізичного розподілу, прийняття керівництвом підприємства ефективних коригувальних впливів.
Стратегічний маркетинг	Іманентною складовою вбачаються маркетингові дослідження щодо оцінки зовнішнього середовища, формулювання товарної політики направленої на створення і утримання конкурентних переваг, здатних забезпечити прибуток в довгостроковій перспективі	Інтеграція та цільове направлення засобів маркетингової комунікації щодо оптимізації показників результативності.

Контроль якості надаваних послуг є затребуваним у сучасних умовах ведення підприємницької діяльності. Вибір методів контролю якості надаваних послуг залежить насамперед від обсягів роботи та виду завдань. Організація, яка надає послуги, має провадити практику постійного оцінювання і визначення ступеня задоволеності потреб споживача. Удосконалення системи контролю є основним важелем підвищення інтенсивності надання послуг підприємств, основою побудови організаційної структури контролю за якістю таких послуг та висуває на перший план наукового пошуку питання формування оптимальних варіантів, адекватних обсягу управління, що мають достатній ступінь змінності.

Список використаної літератури:

1. Гольцев Д.Г. Сутність та маркетинговий підхід до поняття «якість» у системі управління якістю / Д.Г. Гольцев // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 79-87
2. Коваленко Ю. Теоретичні аспекти сутності послуги та її види / Ю. Коваленко // Вісник КНТЕУ. – 2012. – №2. – С. 38-45.
3. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія / Мальська М. П. — К. : Знання, 2009. — 363 с. С 44-45.