

Отже, впровадження системи електронного бізнесу як прогресивного підходу до здійснення маркетингової діяльності досліджуваного підприємства потребує змін у його інфраструктурному забезпеченні, значної організаційної перебудови, корекції комунікаційної інфраструктури. Тобто, фундаментом інфраструктурного забезпечення системи електронного бізнесу у ТД УДППЗ «Укрпошта» повинен стати досконало налагоджений інформаційно-комунікативний процес та відповідне організаційне забезпечення.

Використана література

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 230 с.

2. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А., Гужва В.М., Трохименко В.С. Електронна комерція: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Левченко, В.М. Гужва, В.С. Трохименко – К.: КНЕУ, 2004. – 108 с.

3. Плєскач В.Л. Технології електронного бізнесу: [навч. посіб.] / В.Л. Плєскач – К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2007. – 223 с.

УДК 339.13

Марія Колтко, ст. гр. БК-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Шпилик С. В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя; Україна

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Mariia Koltko

QUALITY OF SERVICES AND THE WAYS OF ITS INCREASE

На сьогоднішній день і результати досліджень, і здоровий глузд підтверджують, що залучення нового клієнта обходиться істотно дорожче, ніж утримання старого. Особливо справедливе це твердження для компаній, що працюють у сфері послуг. Конкуренція стає досить жорсткою, клієнтові є з чого вибирати і до кого йти. Тому все більший інтерес викликають різні інструменти, що допомагають вибудовувати довгострокові взаємини з покупцем. Для вибору конкретного інструменту необхідно визначити показники якості послуг, що надаються, які можна розділити на 4 групи: показники призначення, безпеки, надійності та рівня професійної підготовки.

Згідно із сучасними ідеями в сфері забезпечення якості кінцевої продукції, менеджмент якості виступає фактично наскрізним аспектом управління підприємством поряд із витратами, часом тощо. Виходячи з цього, сам термін «якість» зазнав змін, які знайшли своє відображення у текстах міжнародних стандартів. Аналізуючи велику кількість визначень, можна дійти висновку, що якість є однією зі складних категорій, з якими людина стикається в процесі своєї діяльності. Багатозначність трактувань даного поняття визначається тим, що під терміном «якість» розуміється велика кількість специфічних властивостей предметів і явищ. Сучасне трактування якості, надане в стандарті ISO 9000-2000 вказує на те, що, по-перше, не можна акцентуватись виключно на характеристиках продукції при визначенні якості, по-друге, об'єктом уваги компанії виступає не тільки продукція, а й процеси, в межах яких вона створюється, а також система управління, що має певні цільові орієнтири щодо виробництва продукції та задоволення споживача. Якість - ступінь, до якого сукупність власних характеристик

продукції, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або очікування загальнозрозумілі чи обов'язкові.

Споживач перебуває в центрі 3 ключових аспектів системи якості: відповідності керівництва, структури систем якості та персональних матеріальних ресурсів. Тому управління якістю повинно стати невід'ємною частиною надання послуги. Воно складається з таких елементів: вимірювання і перевірка ключових видів діяльності в рамках процесу надання послуги; самоконтроль залученого до надання послуги персоналу; остаточне оцінювання постачальником послуги, що надається. При цьому необхідно пам'ятати, що саме надана споживачем оцінка послуги є остаточною мірою якості послуги. Саме вона є найважливішим елементом системи управління якістю, який дозволяє проводити контроль якості обслуговування, надає базу для аналізу та прийняття управлінських рішень та забезпечує зворотний зв'язок, необхідний для будь-якої стійкої і здатної до розвитку системи.

Для ефективного функціонування системи управління якістю необхідно забезпечити наявність ряду складових. До їх складу належать стандартизація вимог до якості послуг, процесів, систем управління; сертифікація та оцінка відповідності продуктів, процесів, систем управління; аудит якості.

Сертифікація – це дія, яка за допомогою сертифіката відповідності стверджує, що даний товар чи послуга відповідає стандартам якості.

Управління системою сертифікації продукції УкрСЕПРО здійснює Держстандарт України, який має мережу територіальних органів із сертифікації, випробувальні лабораторії.

Своєчасне врахування нових тенденцій і досягнень науково-технічного прогресу надає підприємству нові можливості розширення його діяльності, що сприяють підвищенню рівня якості послуг та робіт.

Можливість формування асортименту у сфері послуг значно ширша, ніж у товарній сфері. Це пояснюється декількома причинами:

- нові ідеї послуг формуються під впливом уявлення споживачів про можливості задоволення їхніх потреб. Це дозволяє сформувати більший обсяг нових ідей, скорочує час пошуку нових рішень, забезпечує гнучке реагування на зміну конкурентного середовища.

- розробка та реалізація задуму послуги-новинки має більші можливості, ніж в умовах товарного ринку.

- життєвий цикл послуг суттєво відрізняється від життєвого циклу товару;

По-перше, середня тривалість життєвого циклу послуги перевищує аналогічний показник для життєвого циклу товару. Це обумовлено більшими можливостями модифікації послуг і розробки послуг-новинок. По-друге, тривалість стадій життєвого циклу послуги, які забезпечують основний обсяг прибутку, для послуг істотно вища, ніж для товарів.

Асортиментна політика послуг охоплює:

- співвідношення видів послуг;

- співвідношення послуг, які знаходяться на різних стадіях життєвого циклу.

Розробка асортиментної політики базується на таких принципах, як синергізм та стратегічна гнучкість. Принцип синергізму виявляється у здійсненні взаємної фінансово-інвестиційної підтримки різних груп, а також економії коштів при збільшенні масштабів діяльності підприємств послуг.

Джерелами синергізму можуть бути:

- використання одних і тих же виробничих потужностей;

- використання єдиної науково-дослідної бази;

- створення комплексної системи просування послуг;

- формування та використання єдиних баз даних, які систематизують необхідну інформацію.

Застосування принципу синергізму стосовно послуг може призвести до негативного наслідку: збільшення ризику під час швидких коливань ринкової кон'юнктури може відчутися на всіх пов'язаних між собою асортиментних групах. Такий негативний наслідок можна компенсувати за рахунок застосування принципу стратегічної гнучкості.

Принцип стратегічної гнучкості ґрунтується на поєднанні послуг або їх асортиментних груп залежно від особливостей і технологій, цільового сегмента конкурентних умов та інших факторів зовнішнього середовища. Принцип служить для врівноваження ризикових і стабільних груп.

У сучасних ринкових умовах підвищення якості послуг є необхідною складовою успішного ведення бізнесу. Таке покращення якості послуг може бути досягнуто за допомогою вкладання більших коштів в наукові дослідження і дослідні розробки; підвищення культури праці робочої сили та суворої перевірки (контролю). Компанія завдяки застосуванню сучасного інструментарію та методів менеджменту якості стає більш гнучкою, адаптивною, постійно використовуючи власні конкурентні переваги і утворюючи нові. Тому необхідно усвідомити, що шлях до успіху в кожній компанії безумовно свій, але так чи інакше він проходить через якість.

УДК 338.2

Юлія Меленчук, аспірант

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПИВНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Yuliia Melenchuk

TRENDS OF THE UKRAINIAN BEER MARKET DEVELOPMENT

Вітчизняне пивоварне виробництво своїм розвитком завдячує, в основному, великим та середнім підприємствам. Натомість невеликі пивоварні поступово зникають з «пивної» карти України. Їх частка на ринку становить близько 6 %. Ситуація, що склалася, вказує на те, що пивний ринок поступово наближається до повного насичення. Четвірка лідерів пивоварної промисловості виглядає наступним чином: бельгійська компанія Sun Inbev, Оболонь, шведська компанія Baltic Beverages Holding, британсько-німецька компанія SAB Miller.

На відміну від великих підприємств, малі та середні пивзаводи, як правило, частіше потерпають від ряду істотних проблем, які ускладнюють їх розвиток. Найбільш поширеною перешкодою є сезонні зміни, оскільки пивна продукція користується найбільшим попитом лише влітку. Це можна побачити з рис. 1 виробництво пива 2011-2013р.р. мил.дал.

За експертною оцінкою компанії «Укрпиво» за 3 місяці 2013 року в Україні вироблено 50,8 млн дал пива, в порівнянні з аналогічним періодом минулого року падіння складає 2,7%. Виробництво пива за березень становить 21,6 млн дал пива, це лише 91,7% від обсягу 2012 року.

Українці досить лояльно ставляться до пива. За даними, прес-служба ПрАО "Укрпиво" торік (2012р) в Україні у середньому споживання напою на душу населення склало 59 літрів. У порівнянні з нашими західними і східними сусідами, пивна культура