

ПОСЛУГА ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ВИД ПРОДУКЦІЇ, ЇЇ РОЛЬ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

© Наконечна Т.В., 2008

Розглянуто послугу як специфічний вид продукції та стандарти, яких потрібно дотримуватись під час надання послуг споживачам. Досліджено різноманітність існуючих характеристик якості послуг, показано потребу чіткої індикації параметрів забезпечення якості послуг і відповідності з сьогоdnішніми потребами споживачів.

The service as a specific type of a product and the obligatory standards of service providing are considered in the article . The variety of existing characteristics of service quality is investigated, the necessity of clear indication of service quality parametrns and their correlation with current clients demands are demonstrated.

Постановка проблеми. Послуги як специфічний вид продукції стають частиною нашого життя з дуже великою швидкістю.

Незважаючи на спад виробництва в усьому світі, економічно розвинені країни збільшують обсяг послуг, оскільки виробники продукції все менше і менше задовольняються лише продажем своїх товарів, а й одночасно допомагають вирішенню різних потреб своїх організацій; іншими словами, вони надають послуги, в яких продукція є тільки компонентом. Тому Україна, як і інші країни, повинна приділяти значну увагу секторові надання послуг та, зокрема, якості послуг.

Якість послуг є одним із найважливіших чинників успішної діяльності будь-якого підприємства, організації, фірми. Сьогодні в усьому світі значно підвищились вимоги споживачів до якості продукції чи послуг. Якість послуг розвивалась в міру того, як розвивались і збільшувались потреби і вимоги суспільства та зростала здатність виробництва задовольнити ринок. Підвищення вимог до якості послуг супроводжується необхідністю постійного вдосконалення процесу надання послуги та роботи усього колективу підприємства, без чого взагалі неможливо досягти високих економічних показників підприємства та підтримувати їх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження з питань послуги як продукту та процесу її надання зупиняються на зазначенні особливостей послуг [2, с. 345]. Інше дослідження, яке присвячене концептуальним положенням логістики сфери послуг, порівнянні з традиційною логістикою і логістикою послуг [3, с. 229]. Розглядається питання логістичної послуги у працях Є.В. Крикавського. Автор зазначає, що логістична послуга – це, зокрема, транспортування і складування логістичного продукту тієї величини, форми та кількості, які відповідають очікуванням клієнта. Є.В. Крикавський надає істотне значення дослідженням циклу життя логістичної послуги [1, с. 291]. К.М. Таньков розглядає поняття послуги і зазначає, що послуга – будь-який захід чи вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які переважно невідчутні. Виробництво послуги може бути, а може й не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вираженні [4, с. 343].

Формування цілей статті. Дослідити головну роль послуги у національних економіках розвинених країн та України. Показати низку проблем, пов'язаних з комплексним управлінням якістю послуг в системі логістики.

Виклад основного матеріалу. У національних економіках розвинених країн сфера послуг за значущістю посідає головне місце. Скажімо у ФРН у цій сфері зайнято 41 % робочої сили, в Італії – 38, Нідерландах – майже 50, у США – 73 %. У зв'язку з переходом економіки України до ринкових принципів господарювання сфера послуг стає єдиним сектором економіки, що в умовах десятирічної структурної кризи нарощує обсяги виробництва в порівнянних цінах. Це пояснюється тим, що багато послуг, які раніше надавалися споживачам безкоштовно або за символічну плату, стали платними.

Ринок послуг став привабливим для підприємців, тому що деякі види послуг фактично не потребують значного стартового капіталу. Це, з одного боку, дає змогу сподіватися на швидку віддачу вкладень, що важливо в умовах інфляції. З іншого, – розвиток організації виробництва послуг створює необхідні умови для використання праці висококваліфікованих працівників, які опинилися під загрозою безробіття.

Послуга являє собою результат корисної діяльності, що змінює стан особи або товару, то в умовах ринкової економіки цей результат, безумовно, є товаром, він має і цінову вартість, і корисність. Але це товар специфічний, що має багато характеристик, які відрізняють послуги від товарів речових. До сучасних послуг належать:

- послуги, пов'язані з гостинністю;
- послуги зв'язку;
- послуги охорони здоров'я;
- послуги експлуатаційного обслуговування;
- послуги комунального господарства;
- послуги торгівлі;
- фінансові послуги;
- послуги спеціалістів;
- послуги щодо обслуговування;
- технічні послуги;
- послуги матеріально-технічного постачання;
- послуги у сфері науки [6, с. 224].

Послуги, на відміну від інших товарів, виробляються і споживаються переважно одночасно, внаслідок чого виникає багато особливостей їх виробництва і маркетингу. По-перше, послуги не підлягають збереженню, що дає змогу виробникам зводити свій оборотний капітал до мінімуму, тому що витрати на утримання складських приміщень, зберігання, охорону, закупівлю сировини тощо практично відсутні. По-друге, на ринку послуг набагато гостріше постає проблема регулювання попиту і пропозиції, ніж на ринку інших товарів, тому що багато операцій у торгівлі пов'язані із торговельним посередництвом і можливостями попереднього, завчасного виробництва і збереження товарів. По-третє, у багатьох випадках продаж послуг потребує підвищення мобільності від продавця і покупця через те, що багато послуг ґрунтуються на безпосередньому контакті виробників і споживачів [5, с. 145].

Постачальники послуг визначають свої цільові ринки так само, як і постачальники матеріальних товарів. Для розроблення корпоративної стратегії будь-якого підприємства необхідно провести аналіз темпів зростання. У компаній – виробників товару конкурентна перевага найчастіше залежить від її масштабу, а також від якісного надання послуг. Підприємства сервісу збільшують масштаби свого виробництва передусім за рахунок відкриття великої кількості відділень.

Послуги як специфічний вид продукції стають частиною нашого життя з дуже великою швидкістю. Тому у зв'язку з інтернаціоналізацією послуг постала проблема розроблення на них міжнародних стандартів та систем якості. ISO разом зі Світовою організацією торгівлі проводять семінари у Північній Америці, Європі, Азії з метою вивчення інтересів головних споживачів та постачальників у секторі послуг.

Для управління якістю послуг цілком можливо використовувати міжнародні стандарти ISO 9000, які включають в себе директиви, що розглядаються як загальні для виробництва системи якості в індустрії або організації послуг в усіх сферах діяльності.

Стандарти ISO 9000 встановлюють умови для управління створенням та наданням послуг, передбачають у зв'язку із специфічною природою послуг необхідність забезпечення чіткого опису характеристик, які визначають споживачі, і встановлення критеріїв для кожної з цих характеристик. Вони містять опис понять, принципів та процесів, застосовуваних до усіх видів пропозицій щодо послуг.

Україна, як і інші країни, приділяє значну увагу секторові надання послуг, впроваджуючи такі заходи, як: створення технічних комітетів із стандартизації та ідентифікації послуг; розроблення національних стандартів для окремих послуг і системи сертифікації для сертифікації; розроблення з подальшим впровадженням обов'язкової та добровільної сертифікації поштових, банківських і медичних послуг, а також послуг у галузях громадського харчування, транспортного обслуговування.

Велика увага приділяється управлінню якістю послуг, яке повинно бути комплексним і поширюватись однаковою мірою на усі відділи логістики, незалежно від того, чи продаються товари, чи надаються послуги тривалого чи короткочасного користування.

Підприємство, яке надає послуги, має розробити, створити, документально оформити, впровадити і підтримувати в робочому стані систему менеджменту якості як засіб проведення прийнятої у сфері якості послуг політики і виконання поставлених завдань, а структура процесів системи якості має забезпечувати належне управління усіма робочими процесами, які визначають якість послуг, і гарантувати їхній належний рівень з допомогою висококваліфікованого персоналу.

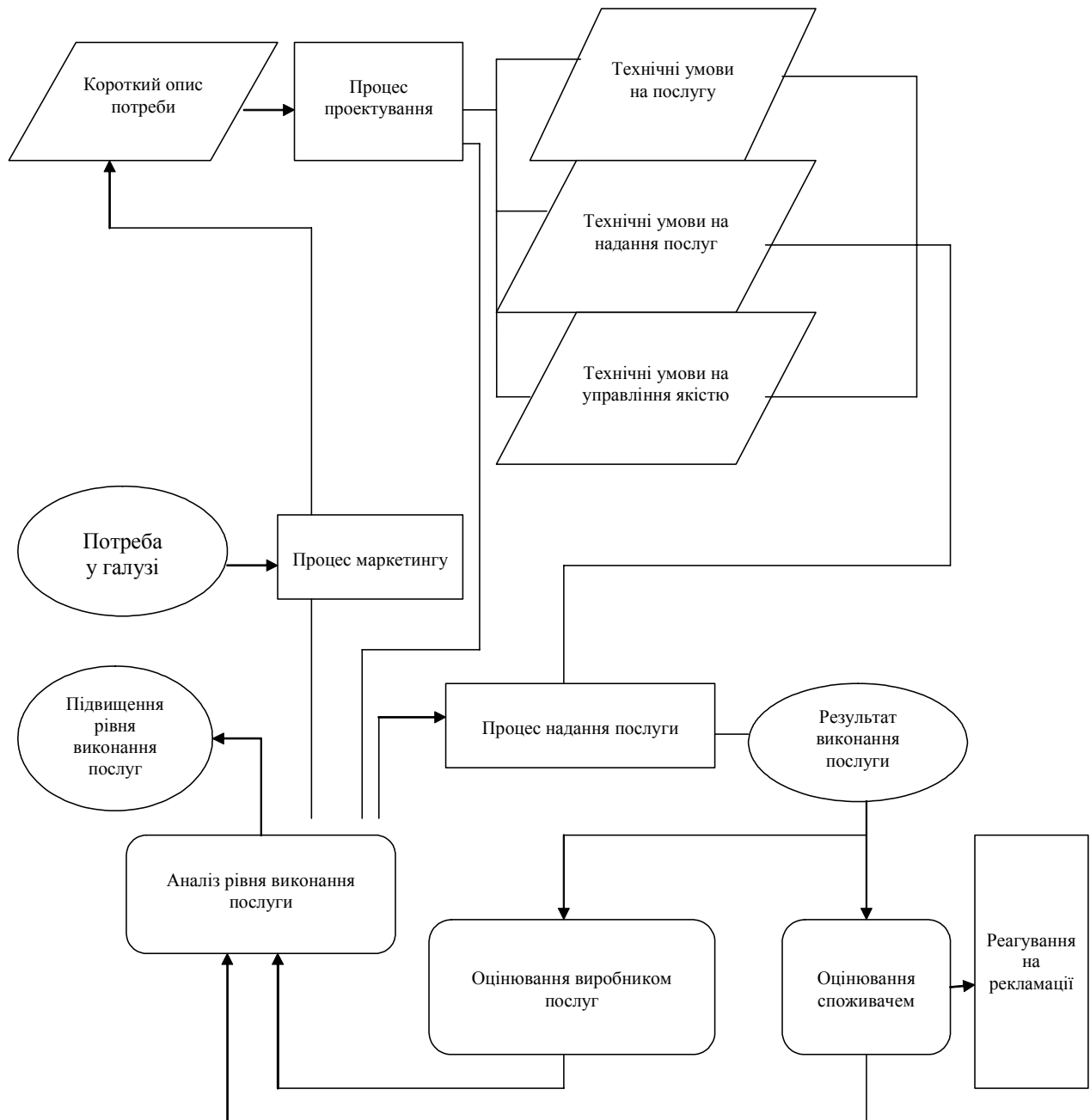
Потрібно розуміти, що однією з головних вимог до успішної роботи сервісного підприємства є саме висококваліфікований персонал. Споживачі повинні бути впевнені у якості обслуговування.

Високий рівень мотивації обслуговуючого персоналу передбачає наявність високого рівня організаційної культури сервісного підприємства. Якщо така культура існує, то вона перетворюється на міцне знаряддя досягнення переваги над конкурентом.

Варто зазначити, що задоволення потреб клієнта може бути досягнуте лише за наявності гармонії між відповідальністю керівництва, персоналом, матеріальними ресурсами та структурою системи якості. Керівництво несе відповідальність за вироблення політики у сфері якості послуг і задоволення потреб клієнта. Її реалізація залежить від того, наскільки успішно керівництво забезпечує розроблення і ефективне функціонування системи якості. Керівництву слід розробити і документально оформити політику у сфері якості з урахуванням:

- класу послуги, що надається;
- завдань у сфері якості послуг;
- методів виконання завдань у сфері якості послуг;
- ролі персоналу організації, що відповідає за реалізацію політики у сфері якості послуг.

Щодо завдань у сфері якості послуг мають бути розроблені методики, що встановлюють вимоги до здійснення усіх пов'язаних із виконанням послуг-процесів, включаючи три основні процеси (маркетинг, проектування і надання послуг), які функціонують в структурі системи якості послуг (рисунок).



*Структура системи якості послуг
Джерело: власне опрацювання на підставі: [6, с. 228]*

Управління якістю послуг пов'язано з проблемами, серед яких можна зазначити такі:

- для галузей, що надають послуги, характерна низька продуктивність;
- часто помилково вважається, що управління якістю послуг є обов'язковим тільки для «виробничого» відділу;
 - при проведенні контролю своєї діяльності працівники покладаються лише на власний досвід і інтуїцію, проведення контролю не ґрунтується на наукових даних і фактах;
 - багато компаній у системі маркетингу орієнтуються на досягнення короткострокових прибутків.

Тому реалізація політики у сфері якості вимагає того, щоб під час постановки завдань у сфері якості була визначена основна мета, яка включає:

- задоволення потреб клієнта відповідно до професійних та етичних норм;
- постійне поліпшення якості послуг;
- врахування вимог суспільства й реалій навколишнього середовища;
- ефективність надання послуг.

Існують випадки, коли клієнт не задоволений послугами підприємства. У підприємства є кілька способів виправити таку ситуацію:

- підготувати співробітника до можливості виникнення проблем. Усі працівники, особливо ті, які контактують із клієнтом, повинні чітко знати свої дії у конфліктних ситуаціях;
- бажано, щоб співробітник, який контактує з клієнтом, мав достатні повноваження для негайних дій;
- щоб зменшити роздратування клієнта рівнем обслуговування, компанія повинна виправити помилку і якимось компенсувати завдані збитки.

Важливу роль у досягненні та підтриманні необхідного рівня якості послуг відіграють вимірювання параметрів процесу і управління ними. Незважаючи на те, що інколи під час надання послуги можливе усунення виявлених недоліків, здебільшого не можна покладатися на контроль наданої послуги, як на засіб впливу на якість послуги в точках взаємодії з клієнтом, де клієнт часто не спроможний чітко виявити будь-яку невідповідність [6, с. 220].

Висновки. Життя сучасної людини надзвичайно динамічне. Особливо динамічно розвивається спектр послуг. Тому організація, яка надає послуги, має проводити практику постійного оцінювання і визначення ступеня задоволеності потреб клієнта. Сутність задоволення має відповідати професійним і етичним нормам організації, яка надає послуги. Оцінюючи ступінь задоволеності клієнта, основну увагу необхідно приділити тому, наскільки короткий опис послуги, технічні умови на неї і на її надання, а також чи процес надання послуги відповідає потребам клієнта. Необхідно постійно оцінювати функціонування процесів надання послуг, що дасть змогу підприємствам виявити резерви поліпшення якості послуг і корисно їх реалізувати.

1. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інститут післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2004. – 416 с. 2. Таньков К.М., Тридіт О.М., Колодизєва Т.О. Виробнича логістика: Навч. посібник. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2004. – 352 с. 3. Чухрай Н. Логістичне обслуговування: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 292 с. 4. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 417 с.