

УКД 338.46

Польова Н.М. к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін

Андрушкевич Н.В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін

Польова А.В. ст. викладач кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін

(Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна)

ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

Якість послуг є ключовим чинником успіху підприємств сфери обслуговування. Вона визначає рівень задоволеності клієнтів, конкурентоспроможність та прибутковість бізнесу. Основні критерії оцінки якості включають професіоналізм персоналу, швидкість та точність обслуговування, відповідність очікуванням споживачів, рівень комфорту та зручності, а також наявність зворотного зв'язку. Аналіз цих показників допомагає підприємствам удосконалювати свої послуги та зміцнювати ринкові позиції.

Незважаючи на те, що однією з основних характеристик послуги є мінливість якості, необхідність оцінки якості послуг навіть більша, ніж оцінювання якості товару. Це пов'язано з тим, що, оцінивши якість готової продукції на підприємстві, ймовірність того, що вона зміниться на момент покупки, досить низька (якщо не розглядати форс-мажорні обставини: псування в процесі транспортування або зберігання, та інше). Існують окремі групи осіб, які зацікавлені в тому, щоб здійснювався процес оцінки якості послуг, причому регулярно та стандартизовано.

1. Насамперед, це споживачі, які отримують послугу. Будь-який клієнт, який отримав послугу, підсвідомо здійснює таку оцінку. Вона може мати емоційний характер, оскільки клієнт є основним суддею якості послуги. Послуга може не відповідати встановленим вимогам стандартів обслуговування, але якщо клієнт задоволений – можна говорити, що послуга якісна.

2. Керівництво будь-якої компанії зацікавлене в оцінці діяльності своїх працівників. Тому до другої групи осіб, які зацікавлені в оцінці якості послуг віднесемо керівників різних рівнів управління. Така оцінка зазвичай проводиться з метою мотивації персоналу, виявлення зловживань, визначення лідерів продажу, ротатії тощо.

3. Вищі керівні організації також зацікавлені в оцінці якості послуг, що надаються окремими структурними підрозділами, підприємствами у складі корпорацій та іншими організаціями.

4. Конкуренти зацікавлені в оцінці якості послуг для того, щоб мати можливість зіставляти власні послуги з іншими аналогічними послугами на ринку.

5. Громадські організації оцінюють якість послуг з метою виявлення організацій, що порушують загальноприйняті або встановлені норми обслуговування. Наприклад, товариство із захисту прав споживачів може здійснювати таку оцінку.

6. Рейтингові агентства, які здійснюють дослідження ринків для виявлення загальних тенденцій розвитку [1].

Якість послуг оцінюється за відповідними показниками якості, під якими розуміють кількісну характеристику властивостей, що входять до складу елементів якості послуги, та розглядається стосовно певних умов її створення та експлуатації чи споживання.

Прийнято виділяти п'ять найпоширеніших критеріїв, за допомогою яких споживачі оцінюють якість послуги, а саме:

1. Надійність або здатність виконати обіцяну послугу у визначений термін. Це означає, що торговельне підприємство надає послугу правильно з першого разу, вчасно та організація виконує свої обіцянки. У деяких випадках мається на увазі надійність інформації, наданої в процесі надання послуги.

2. Чуйність, тобто прагнення чи готовність фахівців надати послугу. До цього поняття включається своєчасність послуги, наприклад, надання термінової послуги, негайна відповідь та надання необхідної інформації тощо.

3. Безпека, тобто клієнти повинні бути впевнені у професіоналізмі виконавця послуги. Цей критерій стосується знань, компетентності, ввічливості персоналу та його здатності вселяти впевненість.

4. Порозуміння з покупцями визначається як турбота та персоніфікована увага надана клієнтам. Контакт з фахівцями, що надають послуги, має бути доступним і приємним, а вони, у свою чергу, повинні докладати зусиль для того, щоб зрозуміти клієнтів та їх потреби.

5. Очевидність містить фізичні аспекти послуги, такі як засоби обслуговування, зовнішність персоналу, інструменти або обладнання, що використовуються для надання послуги, фізичне втілення послуги та наявність інших клієнтів [2].

Наведені вище критерії слід розглядати для послуг в цілому. Вибір конкретної системи критеріїв, зрозуміло, завжди визначатиметься видом послуг, що аналізуються, а також тими особливостями, які вона повинна мати. Більш глибоке розуміння якості будь-якої конкретної послуги потребує ретельного вивчення її характеристик та того, що клієнти від неї очікують.

Перелік посилань

1. Гамова О.В. Формування стратегії управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: монографія. Запоріжжя: видавець ФОП Мокшанов В.В., 2021. – 420 с.

2. Красников Є. В. (2023). Управління якістю надання публічних послуг. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: право, публічне управління та адміністрування, (10). <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2023-10-02-03>