

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НАДАННЯ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Якість побутових послуг, включаючи їх безпеку, є найважливішою характеристикою сфери побутового обслуговування населення. Високий рівень якості послуг дозволяє більш повно задовольняти потреби населення й створювати сприятливі умови проживання в регіоні. Підвищення якості побутових послуг сприяє зростанню їх обсягу, розвитку галузі в цілому, збільшенню зайнятості населення.

Підприємства, що здійснюють свою діяльність на ринку побутових послуг під час фінансової кризи та негативних політичних і економічних подій, мають, з одного боку, проблему значного зниження споживчого попиту на побутові послуги через зниження рівня матеріального добробуту населення, а з іншого – загострення конкуренції між підприємствами.

У сучасних економічних умовах, у яких опинилися підприємства, у тому числі підприємства побутового обслуговування (невідповідність зростання заробітної плати рівню інфляції, підвищення тарифів на комунальні платежі, безробіття, зниження реальних доходів населення), проблема підтримки споживчого попиту населення й конкурентоспроможності підприємств здобуває особливої актуальності. Рішенням зазначеної проблеми може стати збереження наявної клієнтської бази за рахунок підвищення якості обслуговування й орієнтації підприємства на споживача шляхом впровадження системи менеджменту якості.

Дослідження та публікації, в яких розглядається проблема. Різноманітним аспектам регулювання якості побутових послуг надано чимало уваги в багатьох роботах зарубіжних та вітчизняних учених, серед яких Ю. Адлер, А. Антонов, В. Версан, В. Галєєва, А. Горанін, Н. Гуков, Л. Єрохіна, Н. Кобелєв, Т. Конти, Л. Коржнева, Є. Панфілов, Н. Платонова, Б. Робертсон, М. Соїнова, Л. Сульповар, Г. Сюткін, Б. Уортман, Я. Ядгаров та інші.

У роботах вчених якість послуг характеризується як один із найважливіших показників розвитку сфери побутового обслуговування, пропонуються підходи до її оцінки та підвищення.

Проте відомі дотепер дослідження не містять повною мірою вирішення теоретичних і методичних проблем забезпечення якості побутових послуг населенню, до того ж існують також специфічні аспекти якості саме, у процесі надання послуг, оскільки навіть

якісні послуги можуть бути неякісно надані (великі черги, порушення строків, брак інформації щодо пропонованої послуги, невідповідна інформація, тощо).

До того ж, підходи до оцінки якості, і зміст, і саме поняття якості побутових послуг в теоретичному аспекті з часом зазнають істотних змін, отже, потребують подальшого дослідження.

Мета статті – висвітлення та розвиток теоретичних методів та практичних підходів до управління якістю побутових послуг.

Виклад основного матеріалу. Основоположник сучасної теорії менеджменту Пітер Друкер відзначав, що „метою компанії є створення для себе споживачів. Переорієнтація на їхні інтереси представляє позитивний, найбільш гострий і осмислений спосіб перебудови організації. Тим більше, якщо цю ідею розбудовують і готові підтримати працівники компанії. Враховуючи наявність нерозривного зв'язку між рівнями задоволеності споживачів і персоналу, немислимо добитися позитивних результатів перебудови підприємства, якщо вона не користується підтримкою з боку працівників. Орієнтація компанії на споживача повинна стати пріоритетом усіх співробітників, і це є гарантією успіху” [1].

Споживачам необхідні побутові послуги, характеристики яких задовольняли б їх потреби й очікування. Потреби й очікування споживачів відбиваються в технічних умовах надання побутових послуг і звичайно вважаються вимогами споживачів. Вимоги можуть бути встановлені організацією в результаті проведення досліджень споживачів і визначення необхідного набору характеристик побутових послуг.

Значимо, що система менеджменту якості допускає систематичний аналіз вимог споживачів, визначення процесів, що сприяють постійному поліпшенню якості надання побутових послуг і, як наслідок, – підвищенню задоволеності споживачів.

На нашу думку, саме клієнт є ключовою фігурою під час організації вигідного бізнесу, тому що втрата клієнтів внаслідок відсутності належного обслуговування спричинить дійсне зниження обсягів прибутку організації, у тому числі й підприємств побутового обслуговування. Саме тому необхідно виокремлювати значимість застосування системи менеджменту якості на підприємствах сучасного ринку побутових послуг.

Доцільно уточнити поняття „якість”. Словник Ожегова визначає поняття якість у двох варіантах, як воно традиційно сприймається з мовних позицій. У першому значенні якість трактується як наявність істотних ознак, властивостей, особливостей, що відрізняють один предмет або явище від інших, а в другому – як та чи інша властивість, ознака, що визначає достоїнство чого-небудь [2].

В. Копнов, посилаючись на стандартизоване визначення якості ISO 9000:3.1.1, стверджує, що якість – ступінь відповідності властивих характеристик вимогам [3].

У науці також відомі відмінні за визначенням терміну „якість”. Перше з цих визначень є більш притаманним філософії, де якість трактується як сукупність властивостей об’єкту, на основі якої він виділяється з різноманіття інших об’єктів, його істотна визначеність. Очевидно, простежується аналогія з першим з визначень словнику Ожегова.

Для економічних, юридичних, а також технічних наук більш уживаним є друге визначення, хоча й перше значення терміну також використовується. Отже, другий смисл, що містить термін „якість”, трактує сукупність тільки тих властивостей об’єкту, які визначають „наскільки хороший даний об’єкт у використанні (добре задовольняє потреби)”. Саме в цьому смислі й використовується поняття якості щодо послуг.

Попри активне використання терміну „якість” в різноплановій науковій літературі, фахівці так і не дійшли єдиного висновку стосовно терміну, що містить в собі безліч різних авторських трактувань, а також відмінності у визначенні терміну за вітчизняними й міжнародними стандартами.

Істотні розбіжності між визначеннями терміну „якість” пов’язані з концентрацією авторів визначень на різних аспектах зазначеної категорії: структурі якості, співвідношенні якості та можливого збитку від застосування продукції, процесах формування і вияву якості, а також не тільки технічних, технологічних та екологічних, але й соціально-етичних сторонах якості.

Отже, навіть термінологічні засади поняття „якість послуги” потребують подальшого розвитку і окремих досліджень. Утім, доцільно при цьому мати на увазі, що кінцевою метою подібних досліджень має стати саме підвищення якості послуг та опрацювання конкретного механізму, що стимулюватиме таке підвищення і досягнення конкурентоспроможного рівня.

Таким чином, говорячи про визначення якості послуги, можна запропонувати таке визначення.

Якість послуги – сукупність властивостей послуги, що визначають її придатність задовольняти встановлені й передбачувані потреби відповідно до її призначення, і містить у собі якість обслуговування і якість результату послуги.

Задоволеність споживачів залежить від багатьох внутрішніх факторів, серед яких можна назвати наступні: продукція й матеріали, що застосовуються під час надання побутової послуги, устаткування, термін виконання замовлення, знання й навички основного й допоміжного персоналу, а також безпосереднє обслуговування споживачів до й під час надання побутової послуги.

Підвищення якості побутового обслуговування може бути досягнене в результаті впровадження системи управління якістю з урахуванням факторів, що впливають на процес надання побутових послуг.

Вимоги до якості послуг можуть задаватися національними стандартами, нормативно-технічними документами міжнародних організацій, у тому числі професійних, а також формулюватися в рамках систем якості, що діють у фірмах. Послуги й відповідні способи їх надання мають і якісні, і кількісні характеристики. Кількісні характеристики можна виміряти, а якісні вимагають суб’єктивної оцінки. Обидва типи характеристик мають бути чітко визначені з урахуванням вимог до послуги або способу її надання і проаналізовані виробником послуги.

Вимоги до послуг, пов’язані з характеристиками, безпосередньо сприйнятими користувачем, що і є об’єктами його оцінки. Вимоги, пропоновані до способів надання, пов’язані з характеристиками, що безпосередньо зачіпають якість послуг, але не завжди сприймаються користувачами.

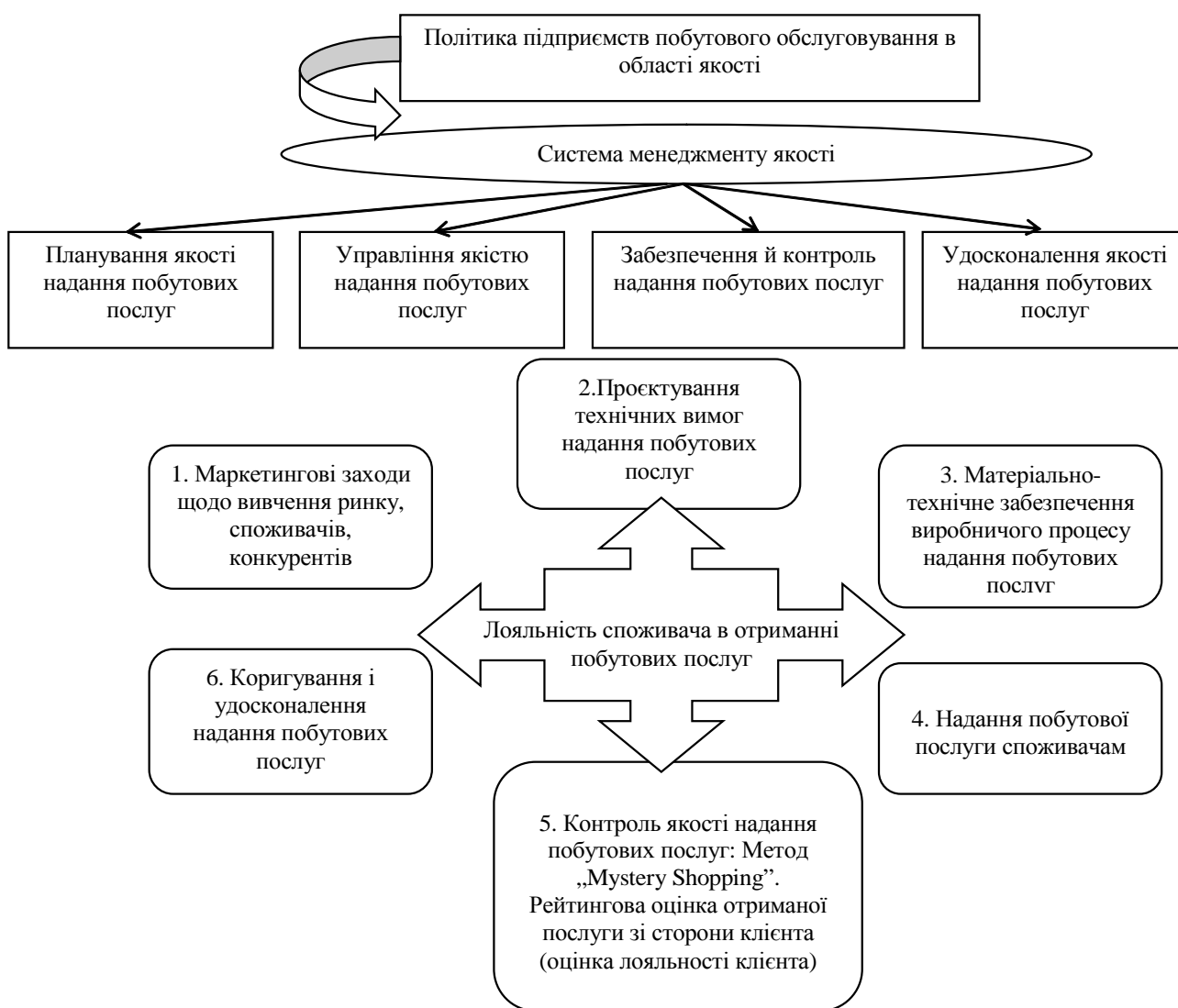
До характеристик, пов’язаних з вимогами до надання послуги, належать такі: час очікування й надання побутової послуги, точність терміну виконання послуги, повнота послуги, ступінь довіри, простота доступу, безпека, швидкість реагування, ввічливість, зручність, естетичність, обстановка й гігієна, продуктивність підприємства обслуговування, чисельність персоналу й тривалість окремих процесів [4].

Орієнтація підприємства побутового обслуговування на клієнта є значною конкурентною перевагою у жорсткій ринковій конкурентній боротьбі серед подібних підприємств за наявності корпоративних стандартів обслуговування, які забезпечать усім клієнтам компанії однаково високий рівень обслуговування.

На рис. 1. представлена політика підприємств побутового обслуговування населення (ПОН) в області якості. Зазначимо важливість забезпечення контролю якості надання побутових послуг.

Можна виділити кілька підходів до аналізу й управління якістю надання побутових послуг на підприємстві:

- маркетинговий підхід, заснований на аналізі й управлінні процесом взаємодії покупця й продавця побутових послуг (interactive process);
- логістичний підхід.

Рис. 1. Петля якості надання побутових послуг¹

У межах кожного підходу передбачається наявність декількох методів.

Маркетинговий підхід до оцінки якості надання побутових послуг містить у собі: метод діаграмного проектування, метод точок дотику, метод споживчого сценарію, метод реінжинірингу, метод „Mystery Shopping”.

Метод діаграмного проектування, який запропонував Лінн Шостак, являє собою схематичне представлення всіх етапів процесу надання побутової послуги з урахуванням поділу їх на видиму й невидиму зону для клієнта. За допомогою використання методу blue-printing аналізуються, контролюються й коректуються окремі завдання надаваної побутової послуги.

Метод точок дотику полягає в такому: процес взаємодії персоналу підприємства зі споживачами в момент надання послуги називають „точкою дотику”. Саме цей момент вважається контрольованим, і тому існує можливість моделювання процесу надання послуги й, відповідно, його контролю.

Метод споживчого сценарію заснований на тому, що, крім менеджера й маркетолога, брати участь у процесі проектування можуть і споживачі послуг.

Метод реінжинірингу за своєю сутністю схожий на метод діаграмного проектування. Однак, відмінність полягає в тому, що аналізом, контролем і коректуванням процесу надання побутової послуги займаються всі відділи підприємства.

¹ Складено автором за [5]

Метод „Mystery Shopping”, що в перекладі з англійського означає „таємнича покупка”, набув широкого застосування в США в 1970-х рр. Ціль такого методу полягає в оцінці якості надання побутових послуг. Його суть полягає в тому, що представники фірми під видом покупця відвідують торговельні зали й салони, а потім отримують „послуги”. Перевагою цього методу є несподіванка контролю, таємність, пряме спостереження. Проте відзначимо, що специфіка послуг, як товару, дещо ускладнює й потребує додаткових витрат під час застосування такого методу. На відміну від таємної купівлі товару, який здебільшого може бути практично без шкоди повернений продавцю, надані послуги повернути як правило неможливо. Втім, зазначене не виключає можливості досить ефективного застосування цього методу та сприяння його підвищенню якості послуг, навіть зважаючи лише на врахування співробітниками можливості такої перевірки, не кажучи вже ще й про організаційні висновки з її результатів.

Логістичний підхід до оцінки якості надання побутових послуг може бути представлено двома методами: методом „Точно в термін” і методом „Загального управління якістю”. Головним у методах логістичного підходу є якісно надана послуга в мінімальний термін. Невід’ємним процесом життєвого циклу послуги в системі менеджменту якості є закупівлі. Від якості вихідних матеріалів, декоративних виробів і т.д. багато в чому залежить якість кінцевої послуги.

Вибір того або іншого методу – складний процес, який обов’язково залежить від факторів, що впливають на процес надання побутових послуг.

Висновки. Якість послуги – сукупність властивостей послуги, що визначають її придатність задовольняти встановлені й передбачувані потреби відповідно до її призначення, і містить у собі якість обслуговування і якість результату послуги.

Розроблена методика оцінки й управління якістю надання побутових послуг рекомендує використовувати оптимальну сукупність методів, що дозволить одержати найбільш реальну картину щодо якості надаваних побутових послуг та сприятиме виявленню проблемних аспектів щодо якості послуг та їх подальшому усуненню, а отже й підвищенню якості послуг.

Окремої уваги та подальших досліджень заслуговують питання управління якістю побутових послуг, а саме система показників. У цьому сенсі доцільно ретельно досліджувати існуючий зарубіжний досвід та можливості його застосування у вітчизняних умовах.

Література

1. Тед Марра Створення організації, орієнтованої на споживача [Електронний ресурс] / Марра Тед. – Режим доступу : [www://iso9000200.narod.ru](http://www.iso9000200.narod.ru) 2. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка (онлайн

версия) [Електронний ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова – Режим доступу : <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ozhegov-term-11889.htm>. 3. Копнов В. А. Методические указания ISO9001 [Електронний ресурс] / В. А. Копнов. – Режим доступу : <http://www.standartization.com/ISO9000/Article/Methodology.pdf> 4. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителя [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2005/2/3758.html> 5. Копнов В. А. Стратегический менеджмент качества. Методические указания по эффективной побудові систем менеджменту качества / В. А. Копнов // Технологии качества жизни. – 2003. – Т. – № 3 – 4. – С. 69 – 89. 6. Общее управление качеством [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org>

Альошкін С. Л. Методологічні основи управління якістю надання побутових послуг

У статті розглянуто необхідність застосування системи менеджменту якості на підприємствах побутового обслуговування населення, наведено фактори, що формують якість надання побутових послуг, а також у межах маркетингового й логістичного підходу розглянуто методи контролю якості надання побутових послуг

Ключові слова: якість, побутові послуги, система менеджменту якості, контроль якості.

Алешкин С. Л. Методологические основы управления качеством предоставления бытовых услуг

В статье рассмотрена необходимость применения системы менеджмента качества на предприятиях бытового обслуживания населения, приведены факторы, формирующие качество предоставления бытовых услуг, а также в рамках маркетингового и логистического подхода рассмотрены методы контроля качества предоставления бытовых услуг

Ключевые слова: качество, бытовые услуги, система менеджмента качества, контроль качества.

Al'oshkin S. L. Methodological basis of providing quality management personal services

The article discussed the need for a quality management system for consumer services, given the factors that shape the quality of the provision of public services, as well as in the marketing and logistical approach discussed methods of quality control to provide public services

Key words: quality, personal services, quality management system, quality control.

Стаття надійшла до редакції 12.07.2012

Прийнято до друку 15.09.2012