

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Азадський університет
Каракалтакський державний університет
Київський національний університет технологій та дизайну
Луцький національний технічний університет
Національна металургійна академія України
Національний університет «Львівська політехніка»
Одеський національний політехнічний університет
Сумський національний аграрний університет
Східно-Казахстанський державний технічний
університет ім. Д. Серікбаєва
ТОВ «НВО «ПРОМІТ»
Українська асоціація якості
Українська інженерно-педагогічна академія
Університет Барода
Університет ім. Й. Гуттенберга
Університет «Politechnika Świętokrzyska»
Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова
Херсонський національний технічний університет

СИСТЕМИ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПОСТАВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ВИРОБНИЦТВО

**Матеріали I Міжнародної науково-практичної
конференції**

(м. Суми, 17–20 травня 2016 року)

Сайт конференції: <http://srpv.sumdu.edu.ua>.

Суми
Сумський державний університет
2016

ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОСЛУГИ ЯК СПЕЦИФІЧНОГО ТОВАРУ

*Летуновська Н.Є., к.е.н., асистент кафедри МУД, Сумський державний
університет*

Підприємства сфери послуг мають низку специфічних особливостей, які необхідно враховувати при здійсненні їх діяльності. Вони зумовлені, значною мірою, особливостями товару, який вони виробляють. Послуга є товаром, який має певну споживчу вартість, що задовольняє окремі потреби населення, та не має речової форми. Споживча цінність послуги визначається, головним чином, особистісними та професійними якостями надавача послуг, що є визначальним фактором якісних та цінних характеристик послуги як товару.

Клієнт є найважливішим елементом у системі взаємодії, адже кінцевою метою процесу надання послуг є задоволення потреб саме клієнта. Оцінювання споживачем послуги її якості і його рішення повторити контакт із сервісним підприємством, значною мірою залежать від його сприйняття процесу надання послуги – його позитивних чи негативних вражень від її отримання. Персонал є другим з важливих елементів системи надання послуг. Працівник сервісу є обличчям підприємства, його слова та дії сприймаються як політика усєї компанії в цілому. Передбачається, що цей працівник діє тільки від імені та в інтересах споживача, адже в процесі надання послуги клієнт довіряє йому себе та свою власність [1].

Якісні характеристики послуг, зокрема, якщо порівнюються конкуренти їх надавачі, можна оцінити за набором таких груп показників, як компетентність, як наявність у персоналу всіх необхідних знань та навичок роботи, рівень професійності; надійність, як стабільність роботи аналізованої компанії, термін діяльності на ринку; чуйність як намагання персоналу до задоволення побажань клієнтів; доступність, як легкість знаходження інформації про компанію та асортимент її послуг за допомогою різних інформаційних джерел; ввічливість, як уважність, доброзичливе ставлення персоналу; відчутність, як можливість відчутти послугу за рахунок оформлення приміщень, уніформи персоналу. Оцінювання доцільно здійснювати за допомогою п'ятибальної шкали, для якої значення мають таке шкалування: 1 – неприпустимо низький рівень; 2 – дуже низький рівень; 3 – низький рівень; 4 – середній рівень; 5 – високий рівень.

Розроблення послуги та системи її надання повинні бути організовані таким чином, щоб існувала можливість ефективного способу задоволення потреб клієнта. Неодмінною складовою системи управління сервісним підприємством є безперервне оцінювання якості надання послуг (опитування споживачів та експертні оцінки).

Список літератури

1. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О.Б. Моргулець. – К. :Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.