

*Секція: Економіка та управління якістю*

**Гавриленко Наталія Григорівна**

*студент*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

**Примак Микола Юрійович**

*студент*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

**Дудко Павло Миколайович**

*Науковий керівник,*

*асистент кафедри підприємництва*

*та бізнесу*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПРОЕКТУВАННЯ І КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПОСЛУГ**

Якість є основним чинником досягнення конкурентоспроможності підприємства, тому чітка планомірна і скоординована діяльність щодо управління якістю пропонованих послуг відіграє важливу роль у його розвитку і процвітанні.

**Управління якістю** — це скоординована діяльність, націлена на створення організаційних, технічних, економічних і соціальних умов, що гарантують належний рівень і стабільність якості послуг, які надає підприємство.

Як органічна складова загального управління виробництвом та одна з його основних функцій управління якістю охоплює такі **напрями діяльності**:

- розроблення політики підприємства щодо якості пропонованих послуг;
- визначення цілей діяльності у цьому напрямі;
- планування заходів щодо забезпечення якості послуг;
- надання послуг належної якості;
- контроль за рівнем якості послуг, які надає споживачам підприємство;
- поліпшення якості.

Оцінювання процесу надання побутових послуг передбачає перевірку якості послуг та умов обслуговування споживачів (комфортність, естетичність і ергономічність обстановки); кваліфікації персоналу; рівня оснащення підприємства, що включає наявність необхідних спеціально обладнаних виробничих приміщень, які відповідають поставленим нормам.

В оцінці рівня якості послуг можна виокремити виробничий та споживчий підходи.

*Виробничий підхід* до оцінки якості базується на порівнянні значень індикаторів, що відбивають рівень виконання вузлових моментів технології виробництва послуг з базовими значеннями відповідних показників, заданими проектними розробками.

*Споживчий підхід* до оцінки якості послуг, акцентує увага на корисному ефекті споживання послуги. Це обумовлюється такими чинниками: об'єктивним розходженням у вимогах клієнтів, обумовленими їхнім демографічним, соціально-економічним і споживчим статусом.

Успішне здійснення управління якістю на етапі надання послуг створює значні можливості для забезпечення високого рівня таких показників:

- поліпшення надання послуг і задоволення вимог споживача;
- підвищення продуктивності, ефективності та скорочення витрат;
- розширення ринку.

Для покращення якості послуг необхідно ввести у практику постійне проведення перевірки їх рівня. Такий моніторинг дасть змогу визначити та активно використовувати можливості, які сприятимуть підвищенню якості послуг до належного рівня.

Для реалізації таких оцінок керівництво має створити і забезпечити функціонування системи збирання та поширення даних з різних джерел.

Отримання даних щодо рівня якості послуг забезпечується за допомогою:

- оцінки, яку здійснює підприємство (включаючи управління якістю);
- оцінки, яку дає споживач (реакцію споживача на отриману послугу, скарги споживачів);
- перевірок якості.

Аналіз цих даних дасть змогу оцінити ступінь відповідності вимог до послуг та рівня їх надання, визначити шляхи підвищення якості послуг, а також їхню результативність і ефективність.

Заходи, націлені на підвищення якості послуг, можуть бути як короткострокові, так і довгострокові. підвищення якості і містити в собі:

- визначення показників для збирання й аналізу даних і пріоритетний розгляд тих операцій, що мають найбільш несприятливий вплив на якість послуг;

- передавання результатів аналізів за зворотним зв'язком оперативному керівництву з рекомендацією щодо негайного рівня якості послуг;
- надання вищому керівництву періодичних звітів з усіх підрозділів підприємства про можливі шляхи підвищення якості і зниження собівартості послуг.

Керівництво має спонукати й заохочувати співробітників на всіх рівнях до активної участі у розробці програм підвищення якості. З метою стимулювання персоналу, його зростання, керівництво підприємства має вживати такі **заохочувальні заходи**:

- добирати працівників на основі їхньої здатності виконувати певні види робіт відповідно до вимог, що висуваються до їхньої якості;
- використовуючи послідовні, творчі методи діяльності, створити умови для реалізації можливостей кожного співробітника, залучення його до робіт із забезпечення якості;
- заохочувати зусилля персоналу, спрямовані на підвищення якості, визнаючи заслуги і нагороджуючи за конкретні досягнення;
- періодично проводити оцінку чинників, які стимулюють співробітників до забезпечення якості послуг.

Фахівці в галузі управління якістю відзначають, що невинне удосконалення процесу управління якістю послуг може бути досягнуте, в першу чергу, за рахунок оптимізації схем їх проектування. Непрофесійно здійснене проектування послуг не дасть змоги надати їх на належному рівні. Якісне проектування послуги може значно полегшити завдання її надання і досягнення необхідного рівня якості.

Клієнти очікують, що якість послуг, які вони купують, відповідатиме або перевищуватиме певні рекламовані рівні, саме тому якість послуг має гарантувати споживачеві задоволення його запитів, їх надійність і оптимізацію витрат на їх надання. Сукупність усіх чинників — від

планування послуги, її розробки і до реалізації — враховують при розрахунку вартості послуги.

***Функціональні заходи з управління витратами на якість:***

- планування надання послуг (визначення обсягу цільових витрат на основі планування нових послуг і планування прибутку);
- розробка послуг;
- підготовка до надання послуг;
- постачання (оцінка планів постачання та умов закупівлі, встановлення контролю за цінами постачальників);
- надання послуг та контроль цього процесу;
- планування і зниження витрат у первинних проектах за кожним типом послуг;
- визначення обсягу витрат на нові послуги шляхом всебічної оцінки.

Мета збирання даних у процесі вартісного аналізу якості полягає у *зниженні витрат на надання послуг при збереженні їхньої якості та підвищенні питомих витрат*, що дає змогу домогтися високого рівня якості послуг.

Компанії, які працюють у сфері послуг мають пам'ятати, що конкуренція зростає з кожним днем, тому клієнт має з чого вибирати і до кого звернутися у разі незадоволення рівнем обслуговування. А залучення нового клієнта обходиться підприємству значно дорожче, ніж утримання старого. Тому слід своєчасно реагувати на зниження задоволення клієнтами від рівня якості послуг, постійно вживати заходів, які допоможуть вибудовувати довгострокові взаємини зі споживачем пропонуванних послуг.

**Література:**

1. Варакута С.А. Управління якістю. - М.: Инфра, 2008.
2. Варгина М.К. Напрями вдосконалення робіт з управління якістю в регіонах світу. // Сертифікація.-2009 .
3. К. Хаксевер., Б. Рендер., Р. С. Рассел. Управління та організація у сфері послуг. Теорія і практика. Санкт-Петербург, 2002.