

Назарко А. М., Мороз С. Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Ключові аспекти якості послуг

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. У сучасному світі конкуренція на ринку надзвичайно висока. Якість послуг стала одним із ключових факторів, що визначають успіх організації та її здатність протистояти конкурентам. Споживачі стають все більш вимогливими щодо отримання якісних послуг. Вони активно вивчають та порівнюють пропозиції різних компаній, базуючись на якості послуг. Зміна технологій, розвиток глобальних та локальних ринків, а також зміна стандартів споживання роблять актуальним постійне оновлення та вдосконалення якості послуг.

Мета дослідження - проаналізувати та систематизувати ключові аспекти якості послуг з метою розкриття їх впливу на задоволення споживачів, виявлення факторів формування якості.

Матеріали та методи. Використовувались аналіз літературних джерел, аналіз специфіки галузі, аналіз взаємозв'язків, узагальнення факторів якості.

Отримані результати. Успішна діяльність будь-якої компанії, за висновками Міжнародної організації зі стандартизації, полягає у виготовленні товарів або наданні послуг, які відповідають наступним критеріям: точно відповідають визначеним потребам, області застосування або призначенню; задовольняють очікування споживачів; відповідають встановленим стандартам і технічним умовам; відповідають запитам суспільства; враховують вимоги охорони навколишнього середовища; пропонуються за конкурентоспроможними цінами споживачеві; є економічно вигідними.

На підприємствах сфери послуг якість послуг має свої особливості формування, а саме – розкриття змісту якості цих послуг відбувається під впливом імператив - специфічних особливостей формування якості послуг, в основу якої покладено галузеву специфіку діяльності (рис. 1).

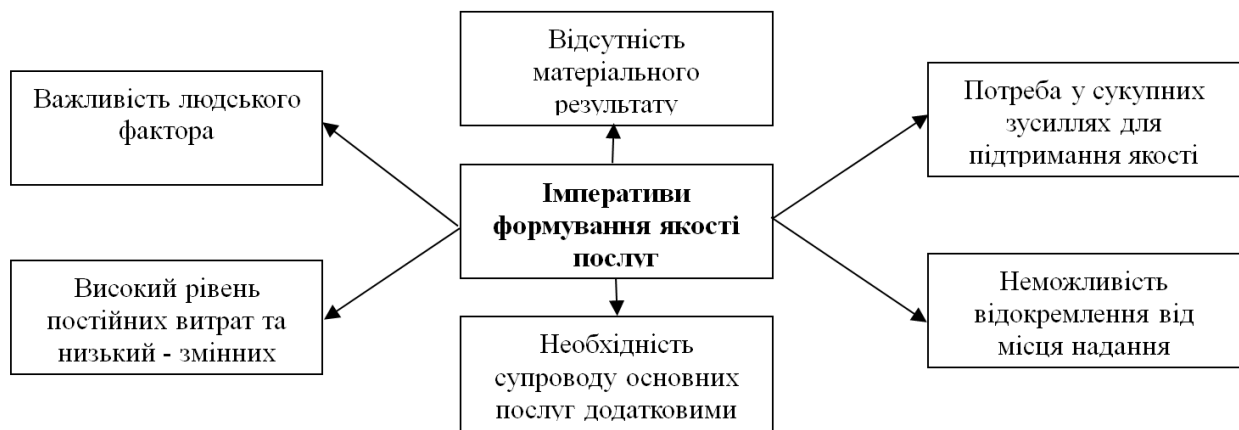


Рис. 1. Основні імперативи формування якості послуг

Якість надання послуг прямо залежить від: взаємодії персоналу компанії з клієнтами та між собою в різних групах службовців; дій інших осіб, що активно або пасивно беруть участь у процесі обслуговування, будь-то спостерігачі чи особи, які його фіксують; готовності персоналу реагувати на потреби клієнтів у визначений час, іноді негайно, та вносити корективи у процес обслуговування при необхідності.

Якість послуг визначається за п'ятьма ключовими факторами.

1. Надійність - це здатність забезпечити точне та повне виконання послуги. Важливо, щоб сама фірма мала чіткі критерії та обґрунтування якості.

2. Чуйність - готовність сприяти споживачеві та швидке обслуговування. Тут ключову роль відіграє персонал компанії.

3. Переконливість - означає компетентність, відповідальність, упевненість і ввічливість персоналу. Це означає, що персонал компанії повинен мати глибокі знання про найважливіші особливості основних послуг фірми та їх переваги. Ці аспекти мають бути розглянуті з точки зору клієнта: наскільки вигідно це йому, які конкретні переваги він отримує від цієї послуги.

4. Співчуття - означає виявлення турботи та індивідуальний підхід до потреб споживачів.

5. Матеріальність або відчутність – це можливість бачити обладнання, персонал та наявність інформаційних матеріалів.

У цілому, можна виділити п'ять аспектів, які є пріоритетними при визначенні якості послуги.

1. Перед виконанням послуги неможливо чітко визначити її якість, оскільки це можливо тільки через практичний досвід. Щоб зрозуміти, наскільки високоякісною є послуга, потрібно її побачити і оцінити.

2. Оцінка якості послуг може базуватися на аналізі якості супутніх товарів, вимірюючи такі кількісні параметри, як кількість записів у журналі, час виконання замовлення тощо. Цей підхід дозволяє об'єктивно оцінити якість послуги на основі вимірюваних параметрів. Однак він не враховує індивідуальних уподобань та різниці у смаках різних клієнтів.

3. Якість послуг може бути визначена з погляду кінцевого споживача, як його оцінка "готовності для використання". Оцінка якості послуги залежить від багатьох факторів, таких як настрої, характер, специфічність споживача, його готовність чекати виконання замовлення. Таким чином, оцінка якості послуги стає суб'єктивною, і одна й та ж послуга може бути оцінена різними споживачами по-різному.

4. Орієнтація на виробництво визначає якість послуг як результат процесу їх розробки та виготовлення. Згідно з цим підходом, якість означає "відповідність вимогам", тобто наскільки процес надання послуги відповідає стандартам обслуговування, визначеним керівництвом підприємства, що пропонує послуги.

5. Якість може бути розглянута з погляду створення цінності. Це поняття визначається як рівновага між виконанням послуги та прийнятною для клієнта ціною. Оцінка якості вимагає зваження з економічної, ергономічної, екологічної, споживчої та соціальної перспектив.

Висновки. Розкриття специфічних особливостей формування якості послуг у сфері обслуговування та визначення їхнього впливу на взаємодію зі споживачами вказує на необхідність постійного вдосконалення процесів надання послуг для забезпечення високого рівня задоволення споживачів. Вивчення та управління якістю послуг є стратегічно важливими аспектами для підтримання успішного функціонування організацій та позитивного сприйняття споживачами.