

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ

УДК 338.27

НИЖНИК В. М.

Хмельницький національний університет

СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІДВИЩЕННІ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЇХ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена розгляду сутності та основних аспектів формування і розвитку сервісних послуг промислових підприємств. Визначені суб'єкти забезпечення ефективного формування сервісного обслуговування промислових підприємств. Ідентифіковано проблеми та визначено чинники реалізації сервісного обслуговування промислових підприємств.

Ключові слова: сервісне обслуговування, послуги, організація, споживач, забезпечення, промислове підприємство.

NYZHNYK V. M.

Khmelnitskyi National University

SERVICE OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN STABILIZATION DEVELOPMENT INCREASE IN STABILIZATION ENHANCING OF THEIR DEVELOPMENT

The article is devoted to the essence and fundamental aspects of the formation and development of industrial enterprise service. The agents of providing of effective service formation of industrial enterprises have been determined by the author. The problems have been identified and factors of implementation of industrial enterprises' service have been analysed in the article.

Keywords: service, organization, consumer, providing, industrial enterprise.

Постановка проблеми. За сучасних умов розвитку вітчизняної економіки для промислових підприємств важливим питанням у забезпеченні стійких конкурентних переваг та стабілізації їх розвитку є запровадження ефективного сервісного обслуговування. Актуальність вказаної проблематики полягає в тому, що сервісні послуги дозволяють активно використовувати інформаційні та інші технологічні нововведення, притаманні саме промисловим підприємствам. Враховуючи швидкозростаючі потреби споживачів, промислові підприємства мають бути забезпечені відповідним сервісом з метою гарантування виробництва продукції високої якості. Крім того, підприємства, взаємодіючи з іншими суб'єктами господарювання, спрямовують свою діяльність на формування сервісних послуг, логістичного обслуговування, гарантійного та післягарантійного сервісу реалізованої продукції тощо. Через те, виникає нагальна потреба у взаємодії зі вказаними суб'єктами щодо налагодження ефективних партнерських зв'язків з метою раціоналізації господарського процесу, що загалом відображається на результатах діяльності промислових підприємств та забезпечує їх стійкий розвиток на вітчизняному та світовому ринках.

Окреслена наукова проблематика вказує на необхідність розробки механізмів формування та запровадження ефективного сервісного обслуговування з метою задоволення потреб споживачів, збільшення товарообороту, оптимізації витрат, забезпечення конкурентних переваг та стабілізації діяльності промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам забезпечення сервісного обслуговування промислових підприємств присвятили свої дослідження провідні науковці: І.В. Височин, Б.Є. Грабовецький, О.І. Лабурцева, В.І. Лісовський, М.А. Мудра, О.А. Письменний, Л.Л. Руденко, А.М. Сафонов, В.С. Сімонова, А.Ю. Чорний, О.С. Шуміло та інші. Окремі аспекти щодо формування сервісного обслуговування та його впливу на розвиток промислових підприємств досліджені не в повній мірі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні невирішеними залишаються проблеми організаційного й економічного забезпечення сервісних потреб промислових підприємств сферою послуг, що враховує особливості її функціонування та відіграє велику значущість для вирішення соціально-економічних проблем і задоволення потреб промислових підприємств в послугах.

Формулювання цілей статті. Головною метою статті є дослідження сутності сервісного обслуговування промислових підприємств, визначення суб'єктів господарювання, які впливають на формування якості обслуговування та обґрунтування методичного інструментарію щодо оцінювання якості сервісу на промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як показує досвід високорозвинених країн, промисловим підприємствам необхідні такі послуги, характеристики яких задовольняли б їх потреби та очікування. Відображення цих потреб можна знайти у технічних умовах на послуги, в тому числі для промислових підприємств, котрі зазвичай вважаються вимогами споживачів і формуються у відповідності до договору на надання послуг або ж визначені самою організацією, що займається обслуговуванням.

Через те, під сервісним обслуговуванням промислових підприємств будемо розуміти сукупність послуг, здатних задовольнити потреби підприємств у здійсненні ефективної господарської діяльності.

В умовах нестабільного ринкового середовища вітчизняні підприємства дедалі частіше звертаються до сервісу, оскільки саме він дозволяє забезпечити конкурентні переваги, допомагає створити умови щодо ефективного здійснення господарського процесу [1, с. 36]. Ступінь задоволеності промислових підприємств у якості наданих їм послуг є одним із найбільш вагомих критеріїв при оцінюванні прийнятності сервісного обслуговування в кінцевому результаті.

Так, оцінка послуги передбачає порівняння підприємствами особистих очікувань з рівнем сприйняття ними її якості. Споживчі очікування впливають на задоволеність, так як вони створюють “стандарт” для подальшого порівняння і формують думку про якість послуги. Якість відображає з погляду підприємства-споживача придатність послуги для досягнення його цілей. Задоволеність якістю наданих послуг буде залежати від того, якою мірою, на думку підприємства-споживача, вони відповідають своєму призначенню. При цьому до кожного конкретного виду послуг підприємство ставить свої специфічні вимоги. Ступінь відповідності тієї чи іншої послуги суб’єктивним уявленням підприємств можна визначити кількома способами. Наприклад, опитати підприємства, використовуючи при цьому рейтинг-шкали “добре – погано”, а потім вибудувати послуги залежно від їх якості. Шкала Лайкерта, будучи одним із методів оцінювання, передбачає використання респондентами перерахованих суджень, використовуючи пропоновані варіанти відповідей від однієї критичної позиції до іншої критичної позиції, наприклад “повністю задоволений”, “деякою мірою задоволений” тощо. Одним з інструментів отримання інформації про відповідність послуг очікуванням і задоволеності підприємств-споживачів рівнем обслуговування може бути соціологічне опитування. По суті, соціологічне опитування являє собою суб’єктивний кількісний метод досліджень, що полягає у здійсненні взаємодії між інтерв’юером і опитуваними за допомогою отримання від підприємств відповідей на заздалегідь сформульовані запитання [2].

При цьому варто відмітити, що ще до початку надання послуги у підприємства, як правило, формується очікування щодо рівня її якості. Так, існує можливих три варіанти оцінки промисловими підприємствами рівня наданих їм послуг: якість наданих послуг не відповідає очікуванням підприємства, що відображається у недоволеності якістю обслуговування; якість наданих послуг відповідає очікуванням підприємства, котре задоволене якістю обслуговування; якість наданих послуг перевершує очікування підприємства і воно захоплене якістю обслуговування.

Як правило, в переважній більшості, очікування підприємств – споживачів послуг, не збігаються з дійсністю, тобто можливі різні невідповідності в уявленнях і очікуваннях, які називаються “розривами”, і чим він більший, тим сильнішою є негативна реакція підприємства [3, с. 98]. Тобто під “розривом” розуміється невідповідність уявлень персоналу керуючої організації і очікувань підприємств – споживачів послуг. Процедура виділення вимог до якості та її характеристик створює необхідні засади для перегляду управлінських завдань та дає можливість з’ясувати роль суб’єктів управління якістю послуг – виробника та споживача.

Виходячи з цього, одним із основних елементів розвитку сервісного обслуговування промислових підприємств у процесі виробництва й споживання послуг є необхідність в узгодженні суб’єктивних вимог до якості, стандартного рівня послуги та її реальних характеристик.

Підвищення якості наданих послуг можливе, в тому числі, і за рахунок впровадження інновацій у сферу сервісного обслуговування промислових підприємств. При цьому, інновації, що трактуються як зміни, підвищують ефективність управління у сфері надання послуг, визначають розвиток, зміцнюють позиції і підвищують конкурентоспроможність організацій, а також поліпшують результати діяльності підприємств.

Дослідження зарубіжного досвіду впровадження інновацій в сервісне обслуговування промислових підприємств дозволяє зробити висновок про позитивний ефект від впроваджених заходів.

За сучасних умов господарювання практика оцінки якості різних послуг отримала досить широке поширення. Однак дослідження українського досвіду оцінки якості сервісних послуг, що надаються промисловим підприємствам, дозволяє зробити висновки про те, що в більшості випадків проводиться загальна рейтингова оцінка організацій, що надають послуги промисловим підприємствам, а не якості наданих ними послуг, внаслідок цього досі не вироблена єдина методика оцінки якості сервісного обслуговування [4].

Через те, можна зробити висновок, що на підприємствах, які користуються сервісним обслуговуванням, немає усвідомлення того, що оцінка якості отриманих послуг є важливим аспектом на шляху до підвищення якості послуг та забезпечення стійкого розвитку самих підприємств. Як наслідок, у процесі взаємозв’язку багатьох промислових підприємств та організацій сервісного обслуговування характерними є низька інформаційна прозорість, відсутність бажання більш тісно взаємодіяти, порушення нормативів, стандартів і правил надання сервісного обслуговування.

У зв’язку з цим, необхідною є розробка методу оцінки якості сервісного обслуговування самими підприємствами-споживачами, яка повинна складатися з сутності поняття “оцінка якості сервісного обслуговування”, мети, завдань, принципів, функцій та алгоритму оцінки якості послуг.

Алгоритм оцінки якості сервісного обслуговування повинен складатися з наступних етапів: вибір

методу оцінки якості сервісного обслуговування; визначення кількості учасників опитування; формування напрямів оцінювання якості, а також показників, що входять у кожен напрям, та періодичності проведення оцінки; роз'яснювальна робота зі споживачами сервісного обслуговування; збір та обробка кількісних і якісних показників якості сервісного обслуговування; визначення комплексного показника якості, що відображає задоволеність підприємства послугою.

При цьому, необхідно зауважити, що у дослідженнях Б. Міттала і В. М. Лассара було виявлено те, що задоволеність впливає на лояльність підприємства до організації, що надає послуги: найменша незадоволеність гарантує нелояльність, і тільки максимальна задоволеність забезпечує лояльність. Повне задоволення споживачів є визначальним чинником формування лояльного ставлення, але це вимагає регулярного проведення дослідження для відстеження динаміки задоволеності підприємств і оперативного усунення невідповідностей [5, с. 56]. Процес вимірювання і поліпшення рівня якості послуг передбачає постійне діагностування невідповідності між очікуваннями і сприйняттями послуг, що отримуються підприємством-споживачем. Зворотний зв'язок дає можливість керівництву організації оперативно реагувати на оцінки промислових підприємств щодо спожитих послуг, удосконалювати їх, робити послуги максимально привабливими для промислових підприємств.

Отже, серед основних чинників, що впливають на ефективність сервісного обслуговування промислових підприємств, доцільно виділити наступні: сегментація ринку; формування клієнтської бази; збір та систематизація ринкової інформації; інформаційні комунікації; стандартизація обслуговування; цінова політика у сфері сервісу; оперативне та стратегічне управління сервісним обслуговуванням.

Враховуючи сучасні тенденції та господарський стан промислових підприємств, ми вважаємо, що перспективними напрямками розвитку сервісу, а також забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств за рахунок такої переваги, можуть бути: формування авторизованих сервісних центрів та створення окремих підрозділів у структурі підприємств; встановлення сучасного автоматизованого обладнання, здатного діагностувати проблему у процесі експлуатації продукції та виявляти рівень її стану відповідно до гарантійного терміну використання; організація тренінгів та підвищення кваліфікації персоналу за відповідним рівнем сервісу з використанням сучасних досягнень національних підприємств галузі та врахування досвіду країн світу; здійснення постійного моніторингу потреб споживачів у сервісі, використання індивідуального підходу до їх задоволення; ефективне формування бюджету на організацію та розвиток сервісу з урахуванням механізмів оптимізації витрат; удосконалення стандартів сервісу та запровадження сервісних контрактів (розширених гарантій), що передбачає технічне обслуговування чи заміну продукції протягом визначеного періоду часу за оговореною у контракті ціною; формування оптимальних партій товарних запасів за гарантійними зобов'язаннями; досягнення синергії шляхом забезпечення ефективності використання інформаційного, логістичного та технічного сервісу; інтенсифікація сервісних мереж та формування командного стилю роботи персоналу; формування інформаційного забезпечення в інтернет-ресурсах щодо розгляду найбільш поширених запитань з організації сервісу [6, с. 112].

Таким чином, виходячи із проведених досліджень, діяльність організацій, що забезпечують сервісне обслуговування, спрямована на забезпечення промислових підприємств необхідними ресурсами з метою гарантування їх якісного обслуговування. Рівень зв'язку між організаціями, що надають послуги, та промисловими підприємствами залежить від функціональних завдань та участі кожного суб'єкта у забезпеченні якісного сервісного обслуговування, економічного ефекту від здійснення господарських операцій, пов'язаних із організацією сервісу. Необхідно зазначити, що переважна більшість промислових підприємств не має спеціального структурного підрозділу, який забезпечує формування та ефективне впровадження сервісної політики. Завдання щодо організації сервісного обслуговування покладено на менеджерів зі збуту, торговельно-операційний персонал, який здійснює консультування у торговельних залах, фахівців з маркетингу та логістики або безпосередньо на керівників структурних підрозділів, яким делеговано відповідні повноваження.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз проведених досліджень дає підстави стверджувати, що формування та впровадження ефективного сервісного обслуговування промислових підприємств спрямоване на задоволення потреб промислових підприємств у забезпеченні стійкого розвитку, що дозволяє збільшити обсяг товарообігу та прибутку, підвищити конкурентоспроможність. Перспективи подальших досліджень у даному напрямі полягають у формуванні дієвих механізмів удосконалення сервісного обслуговування промислових підприємств.

Література

1. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т.І. Лук'янець. – [2-е вид., доп. і перероб.]. – К. : КНЕУ, 2003. – 524 с.
2. Музафаров А. А. Применение маркетинговых исследований на рынке общественных благ и жилищно-коммунальных услуг муниципального образования / А.А. Музафаров // Вестник Владимирского государственного гуманитарного университета. – 2007. – № 18 – С. 34–40.

3. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность / Л.Л. Руденко. – М. : Издательско-торговая корпорация “Дашков и К” 2012. – 208 с.
4. Большаков С.Н. Кластеры и государственное управление структурными преобразованиями в народном хозяйстве / С.Н. Большаков // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2010. – № 4. – С. 65–71.
5. Бабенкова А.В. Оценка удовлетворенности потребителей как показатель эффективности деятельности промышленного предприятия / А.В. Бабенкова // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. – 2010. – № 12 – С. 54–62.
6. Сидорчук Р.Р. Маркетинговое управление деловой активностью предприятий малого и среднего бизнеса : монография / Р.Р. Сидорчук. – М. : Спутник+, 2012. – 237 с.

Надійшла 10.11.2016; стаття прорецензована редакційною колегією