

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту та маркетингу

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

МЕЛЬЧЕНКО Дмитро Володимирович

УДК: 658.843

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Удосконалення організації надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»

Спеціальність 073 Менеджмент
Подається на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:

ЛАВРИНЕНКО Світлана Олександрівна

Кандидат економічних наук, доцент

Житомир – 2024

АНОТАЦІЯ

Мельченко Д.В. «Удосконалення організації надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»». – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». – Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, 2024.

Кваліфікаційне дослідження присвячене комплексному аналізу аспектів удосконалення організації надання послуг в умовах ТОВ «АВ-ПРО», що ґрунтується на теоретичному аналізі поняття «послуга», основних її складових, визначення етапів та інструментів організації процесу надання послуг в забезпеченні ефективності діяльності підприємства. Обґрунтовано напрямки удосконалення організації надання послуг.

Ключові слова: удосконалення, управління, послуга, процес, підприємство, конкурентоспроможність, ефективність.

SUMMARY

Melchenko D.V. «Improvement of the organization of service provision of LLC «AV-PRO»». - Manuscript.

Qualification work for obtaining the Master's degree in the specialty 073 «Management». – Polissia National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, 2024.

The qualification study is devoted to a comprehensive analysis of aspects of improving the organization of service provision in the conditions of LLC «AV-PRO», based on the theoretical analysis of the concept of «service», its main components, determining the stages and tools for organizing the process of service provision in ensuring the efficiency of the enterprise. The directions of improvement of the organization of service provision are substantiated.

Keywords: improvement, management, service, process, enterprise, competitiveness, efficiency

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ	7
1.1. Теоретичне дослідження поняття «послуга» та особливості управління послугою	7
1.2. Процес надання послуг та основні його етапи	10
1.3. Теоретичні аспекти формування системи управління якістю надання послуг	13
Висновки до Розділу 1	15
РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТОВ «АВ-ПРО»	16
2.1. Організаційна характеристика діяльності ТОВ «АВ-ПРО»	16
2.2. Аналіз надання основних та додаткових послуг ТОВ «АВ-ПРО»	17
2.3. Аналіз факторів впливу на якість надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»	19
Висновки до Розділу 2	21
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТОВ «АВ-ПРО»	23
3.1. Напрями удосконалення організації процесу надання послуг	23
3.2. Оцінка якості організації процесу надання послуг	25
Висновки до Розділу 3	31
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
ДОДАТКИ	39

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Ефективність організації надання послуг є одним із ключових чинників успішного функціонування підприємств і установ у сучасному світі. У швидко змінюваних умовах економіки, високої конкуренції та зростаючих очікувань споживачів організації зобов'язані не лише забезпечувати якість своїх послуг, а й робити це раціонально, із мінімальними витратами часу та ресурсів.

Сучасна практика управління акцентує увагу на потребі в систематичному аналізі внутрішніх і зовнішніх процесів, оптимізації використання ресурсів і впровадженні інноваційних технологій. Здатність організації надавати послуги ефективно безпосередньо впливає на її конкурентоспроможність, рівень задоволеності клієнтів і стійкість на ринку.

У дослідженні розглядатимуться основні принципи організації послуг, методи оцінки їх ефективності, а також шляхи вдосконалення сервісних процесів. Особливу увагу буде приділено практичним інструментам, які сприяють підвищенню якості та доступності послуг.

Аналіз останніх досліджень. Аспектам організації процесу надання послуг та їх класифікації присвячено ряд досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців Є. Жильцова, М. Іванова, Л. Клікіч, Ф. Котлера, В. Рутгайзера, Л. Соловйової, Т. Софіної, Т. Хілла, Л. Хоревої, та ін. науковців. Кожен із дослідників виокремлює своє бачення поняття «послуга», класифікаційних ознаки, узагальнюючи та доповнюючи існуючі. Однак питання є надто дискусійним, залишається актуальним і таким, що вимагає подальших досліджень.

Мета та завдання дослідження. Мета кваліфікаційної роботи полягає в удосконаленні теоретико-методологічних та практичних основ, щодо організації процесу надання послуг ТОВ «АВ-ПРО».

Виходячи з мети обраного дослідження, у кваліфікаційній роботі поставлені наступні завдання:

- дослідити теоретико-методологічні аспекти поняття «послуга» та особливості управління послугою;
- узагальнити теоретичні складові процесу надання послуг та основні його етапи;
- обґрунтувати чинники формування системи управління якістю надання послуг;
- провести аналіз організаційної діяльності ТОВ «АВ-ПРО»;
- аналіз факторів впливу на якість надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»;
- сформулювати напрями удосконалення системи надання послуг в умовах інформаційного суспільства та провести оцінку якості їх надання.

Об'єкт і предмет дослідження. *Об'єктом* дослідження є процес удосконалення організації надання послуг ТОВ «АВ-ПРО».

Предметом кваліфікаційної роботи є сукупність теоретичних, методологічних, практичних аспектів і управлінських методів, спрямованих на удосконалення організації надання послуг ТОВ «АВ-ПРО».

Методи дослідження. Для проведення дослідження застосовувався широкий спектр наукових методів. Логічне узагальнення допомогло систематизувати наявні знання щодо досліджуваної проблеми та визначити структуру викладу матеріалу. Дедуктивний підхід використовувався для детального аналізу теоретичних аспектів процесу організації послуг підприємства. Для оцінки ефективності організації послуг ТОВ «АВ-ПРО» були застосовані статистичні методи, порівняльний аналіз і узагальнення даних. Ситуаційний аналіз дозволив розробити конкретні рекомендації щодо створення програми Інтернет-просування для підприємства. Критичний аналіз попередніх досліджень і узагальнення отриманих результатів стали основою для формулювання обґрунтованих висновків.

Інформаційну основу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти, наукові публікації та матеріали конференцій, періодичні вітчизняні та зарубіжні видання, статистична звітність ТОВ «АВ-ПРО», результати

проведених нами досліджень та аналізу зібраних даних, ресурси інформаційної мережі Internet.

Практичне значення одержаних результатів. Дослідження обґрунтовує необхідність розробки індивідуальних підходів до організації процесу надання послуг з врахуванням особливостей підприємства. Запропоновані заходи та підходи можуть бути використані як основа для створення ефективних заходів іншими підприємствами. Обґрунтовані рекомендації допоможуть розробити план ефективного процесу організації надання послуг.

Перелік публікацій автора за темою дослідження. Ключові положення кваліфікаційної роботи оприлюднені в наступних наукових працях:

1. Мельченко Д.В. Особливості процесу організації надання послуг. Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів: збірник матеріалів *Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів* (м. Житомир, 13 листопада 2024 року). Житомир: Вид-во «Поліський національний університет», 2024. С. 324-327.

2. Лавриненко С.О., Мельченко Д.В. Класифікаційні ознаки та характеристики процесу надання послуг. XLIX International scientific and practical conference «New Areas of Scientific Research: Exploring New Frontiers» (November 27-29, 2024) Naples, Italy. International Scientific Unity, 2024. p.144-146.

3. Мельченко Д.В. Моделі сприйняття якості надання послуг ТОВ «АВ-ПРО». *L International scientific and practical conference «Innovative Education: Problems and Prospects of Scientific Research»* (December 4-6, 2024) Stuttgart, Germany. International Scientific Unity. 2024. С. 175-177.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційне дослідження викладене на 32 сторінках комп'ютерного тексту. Структурно робота включає вступ, три розділи, що містять дослідження, висновки, список використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАВАННЯ ПОСЛУГ

1.1. Теоретичне дослідження поняття «послуга» та особливості управління послугою

Послуга - це дія або діяльність, яку одна сторона (постачальник) виконує на користь іншої сторони (споживача) для задоволення певних потреб. Послуги відрізняються від товарів тим, що вони нематеріальні, не мають фізичної форми і, як правило, не можуть зберігатися або накопичуватися.

Послуга, як і будь який продукт має властиві характеристики. Основними характеристиками послуги є (рис.1.1):



Рис.1.1. Характеристики послуги

Джерело: узагальнено автором

- нематеріальність - послуга не має фізичної форми, її не можна торкнутися або зберігати;
- невіддільність від постачальника - процес надання послуги часто вимагає безпосередньої участі постачальника та споживача;

- змінність якості - якість послуги може змінюватися залежно від того, хто її надає, за яких умов і коли;

- непостійність - послуги зазвичай не можна накопичувати для майбутнього використання;

- клієнтоорієнтованість - послуга створюється для задоволення конкретної потреби клієнта.

Дослідження фахівців і практиків дозволили виділити такі підходи до визначення послуги за ключовими складовими:

- характеристика сутності та змісту включає нематеріальний актив, цінність невідчутних дій, процес, що включає відчутні та невідчутні дії між постачальником і споживачем, особлива споживча вартість, результат праці, сукупність виконаних робіт, результат діяльності;
- спрямованість та конкретизація - надання користі клієнту, вигода та задоволення потреби через надання благ, формування переваг для споживача, сприяння зміні стану особи.
- взаємодія учасників - відносини між постачальником і споживачем послуг.
- прив'язаність до часу та місця - послуга надається в конкретний час і в конкретному місці [21; 24].

Управління послугою має низку особливостей, які пов'язані з її нематеріальною природою, тісною взаємодією зі споживачем та одночасністю виробництва і споживання:

1. Нематеріальність послуги включає складність вимірювання та оцінки якості послуг до моменту їх споживання, необхідність створення іміджу, довіри до бренду або постачальника послуг, формування акценту на емоційну складову та клієнтоорієнтованість.

2. Невіддільність від постачальника - послуга часто вимагає одночасної участі як постачальника, так і клієнта, вагоме значення мають професійні навички, досвід і комунікативність персоналу, необхідність формування довіри між учасниками процесу.

3. Непостійність (варіативність) якості - якість послуги може залежати від таких факторів, як час, місце, настрій персоналу, характеристики клієнта, важливість стандартизації та контролю якості для забезпечення стабільності.

4. Невідчутність для зберігання - послугу неможливо накопичувати чи зберігати для майбутнього продажу, використання принципу "just-in-time" для управління ресурсами, потреба в прогнозуванні попиту та управлінні навантаженнями [9; 11; 16,].

5. Специфічна роль клієнта - клієнт є активним учасником процесу надання послуги, впливаючи на її якість, взаємодія з клієнтом вимагає врахування індивідуальних запитів і потреб.

6. Орієнтація на задоволення потреб, де основне завдання управління послугою - максимальне задоволення потреб клієнта, створення додаткової цінності та переваг для клієнта (персоналізація, висока якість обслуговування),

7. Значна роль персоналу, оскільки персонал виступає обличчям компанії, його професійність і культура взаємодії впливають на сприйняття послуги, необхідність системного навчання, мотивації та розвитку співробітників.

8. Перевага нематеріальних активів - репутація, бренд, рівень довіри до компанії відіграють важливу роль у залученні клієнтів, управління лояльністю клієнтів та створення позитивного досвіду стають стратегічними завданнями.

9. Залежність від технологій - використання інновацій для підвищення ефективності процесу, наприклад, автоматизація, CRM-системи, інтернет-просування та діджиталізація значно впливають на конкурентоспроможність [25; 31; 38].

Управління послугами потребує балансу між якістю, ефективністю та задоволенням клієнтів, що досягається за допомогою системного підходу, адаптації до змін попиту та використання сучасних технологій.

Отже, послуга є важливою складовою сучасної економіки, оскільки вона сприяє розвитку різних галузей, покращенню якості життя та задоволенню потреб людей.

1.2. Процес надання послуг та основні його етапи

Процес надання послуг - це послідовність дій або взаємодій між постачальником і споживачем, спрямованих на задоволення потреб клієнта шляхом створення та надання цінності у вигляді послуги. На відміну від виробництва товарів, цей процес часто має нематеріальний характер і вимагає участі клієнта або його активної взаємодії.

Процес надання послуг, як і процес виробництва продукції має визначені етапи, основними з яких є:

1. Виявлення потреб клієнта, а саме аналіз потреб або проблем, які необхідно вирішити, спілкування з клієнтом для визначення його очікувань і бажань, формування пропозиції, що відповідає цим потребам.
2. Підготовка до надання послуги - розробка плану або алгоритму виконання послуги, підготовка ресурсів: людських, технічних, матеріальних або інформаційних, узгодження умов із клієнтом (термінів, вартості, формату тощо).
3. Надання послуги включає виконання дій, що відповідають суті послуги, наприклад, консультація, ремонт, навчання, забезпечення якості обслуговування, оперативності та зручності для клієнта, реагування на змінні потреби або запити клієнта в процесі взаємодії [23; 31].
4. Оцінка якості та результатів - перевірка, чи задоволений клієнт результатом, внесення корективів, якщо це необхідно, аналіз можливостей для покращення наданої послуги.
5. Зворотний зв'язок та завершення взаємодії - збір відгуків від клієнта про якість послуги, надання рекомендацій або додаткових рішень для майбутніх потреб, закріплення відносин із клієнтом для потенційного довгострокового співробітництва.

До особливостей організації процесу надання послуг відносяться наступні критерії:

- Одночасність виробництва та споживання: послуга часто надається і споживається в один і той самий час.
- Індивідуальний підхід: процес може змінюватися залежно від специфіки потреб клієнта.
- Взаємодія з клієнтом: успіх значною мірою залежить від якості комунікації та взаєморозуміння між постачальником і споживачем [34, с.280].

Ефективність процесу надання послуг залежить від професіоналізму постачальника, його вміння налагодити контакт із клієнтом, а також від чіткого виконання домовленостей.

Процес надання послуг супроводжується низкою проблемних аспектів, пов'язаних із специфікою послуг, їх нематеріальною природою, та залежністю від людського фактора і взаємодії зі споживачем (рис.1.2) [33, с.137].



Рис. 1.2. Проблемні аспекти процесу надання послуг

Джерело: узагальнено автором

1. Невизначеність у сприйнятті якості - послуги важко оцінити до моменту їх отримання, що ускладнює прийняття рішення клієнтом, різне сприйняття якості послуг різними клієнтами через суб'єктивні фактори, нестабільність якості внаслідок людського фактора (залежність від персоналу або змінних умов).

2. Вплив людського фактора - персонал, який надає послугу, може мати різний рівень кваліфікації, що впливає на результат, емоційний стан співробітників і клієнтів може вплинути на процес обслуговування. недостатня комунікація між персоналом і клієнтом може спричинити невдоволення.

3. Нематеріальність та відсутність збереження - послугу неможливо складувати чи накопичувати для майбутнього використання, проблеми з управлінням попитом, особливо під час сезонних піків чи раптового зростання клієнтських запитів, ускладнене управління ресурсами для підтримання постійної доступності послуг [5; 7].

4. Невідповідність очікувань клієнта - різниця між уявленнями клієнта про послугу та тим, що він отримує насправді, відсутність чітких стандартів обслуговування може призвести до розчарування клієнтів, неадекватна комунікація щодо можливостей або обмежень послуги.

5. Організаційні проблеми - неефективна координація між відділами, що впливає на своєчасність та якість послуги, відсутність належного контролю та оцінки процесу надання послуг, складнощі у впровадженні нових технологій або підходів через опір персоналу.

6. Технологічні виклики - недостатнє використання сучасних технологій, наприклад, CRM-систем для покращення взаємодії з клієнтами, вразливість до технічних збоїв, особливо у послугах, що залежать від автоматизації, зниження конкурентоспроможності через відставання в діджиталізації [13; 23; 36].

7. Конкуренція та ринкові виклики - високий рівень конкуренції в багатьох сферах послуг створює потребу у безперервному вдосконаленні, складність утримання клієнтів через легкість переходу до конкурентів, постійна необхідність адаптації до змін попиту та вподобань клієнтів.

8. Залежність від клієнта - якість кінцевого результату може залежати від активності чи співпраці клієнта, виникнення конфліктів через непорозуміння або нерелістичні очікування клієнта.

Для подолання цих проблем важливо впроваджувати стандарти якості, інвестувати в навчання персоналу, використовувати сучасні технології, а також забезпечувати прозору і ефективну комунікацію з клієнтами.

1.3. Теоретичні аспекти формування системи управління якістю надання послуг

Якість надання послуг є одним із ключових факторів успіху підприємств у сучасних умовах ринкової конкуренції. Ефективне управління якістю послуг дозволяє не лише задовольняти потреби клієнтів, але й перевищувати їх очікування, що сприяє підвищенню лояльності споживачів, формуванню позитивного іміджу компанії та зміцненню її позицій на ринку.

Система якості надання послуг - це комплексний підхід до забезпечення стабільності, надійності та високого рівня обслуговування. Вона охоплює всі аспекти діяльності підприємства, починаючи від організації робочих процесів і закінчуючи зворотним зв'язком із клієнтами. Важливими компонентами цієї системи є впровадження стандартів якості, моніторинг задоволеності клієнтів, навчання персоналу та використання сучасних технологій [10; 21].

Розробка і впровадження системи управління якістю послуг набуває особливого значення у зв'язку з глобалізацією ринку, зростанням споживчих очікувань та необхідністю забезпечення конкурентоспроможності. Успішне застосування такої системи вимагає постійного вдосконалення процесів і орієнтації на потреби клієнта як центрального елемента всієї системи.

Якість послуг - це здатність послуги відповідати очікуванням і потребам споживача, забезпечуючи його задоволення через відповідність заявленим характеристикам, стандартам і вимогам. Вона є інтегрованим показником, що охоплює технічні, організаційні та емоційні аспекти обслуговування [20; 24].

Основними складовими якості надання послуг ТОВ «АВ-ПРО» є:

1. Відповідність очікуванням споживачів коли клієнти мають певні уявлення про те, як має виглядати якісна послуга, якість визначається тим, наскільки

послуга відповідає цим очікуванням, очікування формуються під впливом реклами, відгуків, попереднього досвіду та репутації постачальника.

2. Технічна якість - це об'єктивні характеристики результату послуги, які легко виміряти або оцінити, наприклад, точність виконання замовлення чи дотримання строків.

3. Функціональна якість відображає процес надання послуги: рівень ввічливості персоналу, швидкість обслуговування, доступність і комфортність.

4. Рівень професіоналізму персоналу включає компетентність, досвід і вміння працівників забезпечувати високий рівень обслуговування, постійне навчання і розвиток персоналу відіграють ключову роль [23; 10].

5. Орієнтованість на основних споживачів, тобто спосіб взаємодії з клієнтом, увага до його індивідуальних потреб і побажань, емпатія, гнучкість і здатність швидко реагувати на запити клієнта.

6. Стандартизація процесів формується з наявності чітких внутрішніх стандартів, які забезпечують стабільність і однакову якість послуг, використання систем управління якістю.

7. Доступність послуг включає зручність місцезнаходження, час роботи, можливість онлайн-доступу або оперативного обслуговування.

8. Присутній зворотний зв'язок із клієнтами - моніторинг задоволеності клієнтів через опитування, аналіз відгуків, скарг і пропозицій, здатність коригувати процеси на основі отриманих даних.

9. Інноваційність - впровадження сучасних технологій і підходів, які полегшують процес обслуговування, наприклад, автоматизація або цифрові сервіси [25].

Якість послуг та її формування є результатом гармонійної взаємодії переліку чинників (рис.1.3).



Рис.1.3. Чинники формування якості послуг

Джерело: узагальнено автором

- Матеріально-технічна база - інфраструктура, обладнання.
- Персонал - його кваліфікація, мотивація.
- Процеси управління - організація, контроль і моніторинг.
- Зворотний зв'язок із клієнтами - вивчення їх задоволеності.
- Імідж і репутація - як зовнішній прояв якості.

Таким чином, якість послуг - це багатогранна характеристика, яка формується на перетині очікувань споживачів, компетенції постачальника та умов ринку [38].

Формування дієвої системи якості послуг є стратегічним завданням для будь-якого підприємства, яке прагне досягти довготривалого успіху та стати лідером у своїй галузі.

Висновки до Розділу 1

Управління послугами потребує балансу між якістю, ефективністю та задоволенням клієнтів, що досягається за допомогою системного підходу, адаптації до змін попиту та використання сучасних технологій.

Послуга є важливою складовою сучасної економіки, оскільки вона сприяє розвитку різних галузей, покращенню якості життя та задоволенню потреб людей.

Процес надання послуг - це послідовність дій або взаємодій між постачальником і споживачем, спрямованих на задоволення потреб клієнта шляхом створення та надання цінності у вигляді послуги. На відміну від виробництва товарів, цей процес часто має нематеріальний характер і вимагає участі клієнта або його активної взаємодії.

Таким чином, якість послуг - це багатогранна характеристика, яка формується на перетині очікувань споживачів, компетенції постачальника та умов ринку. Формування дієвої системи якості послуг є стратегічним завданням для будь-якого підприємства, яке прагне досягти довготривалого успіху та стати лідером у своїй галузі.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТОВ «АВ-ПРО»

2.1. Організаційна характеристика діяльності ТОВ «АВ-ПРО»

Об'єктом практичного дослідження обрано ТОВ «АВ-ПРО» (код ЄДРПОУ 32525891), знаходиться в м. Києві.

ТОВ «АВ-ПРО» - це українська компанія, що спеціалізується на дистрибуції професійного аудіо-візуального та ІТ-обладнання. Заснована у 2003 році, компанія пропонує широкий спектр рішень для корпоративного сектору, навчальних закладів, державних установ і комерційних організацій. Її основні продукти включають конференц-системи, інтерактивне обладнання, проєкційні системи, відеостіни, а також аудіо- та відеообладнання.

Компанія забезпечує комплексний технічний супровід, що охоплює всі етапи: від проєктування рішень до монтажу, гарантійного та післягарантійного обслуговування. ТОВ "АВ-ПРО" активно використовує індивідуальний підхід до кожного клієнта, враховуючи їхні потреби та задачі.

Отже підприємства має широкий виробничий спектр діяльності та надання послуг.

Основними показниками економічної діяльності ТОВ «АВ-ПРО» відображені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні економічні показники діяльності ТОВ «АВ-ПРО»

Показник	Роки			2023р. до 2021р., +/-
	2021	2022	2023	
Дохід	86042900	48293500	67789100	-18253900
Чистий прибуток	10305700	3534200	63645500	53339800
Активи	41402300	45348400	45180900	3778600
Зобов'язання	-	10093900	5562300	-
Кількість працюючих	13	13	13	-

Джерело: [22]

Економічні показники вказують, що доходи підприємства підкреслюють нестабільність. У 2022 р. спостерігалось значне падіння порівняно з 2021 р. (37249400), але у 2023 р. відбулося відновлення (+1495600 до 2022 р.). Загалом, порівняно з 2021 р., дохід скоротився на 18253900. Можливо, на результати 2022 року вплинули зовнішні фактори, такі як економічні кризи або зменшення попиту.

Чистий прибуток у 2023 р. зріс на 53339800 порівняно з 2021 р. Цей значний стрибок, незважаючи на зниження доходів, може свідчити про оптимізацію витрат або підвищення рентабельності. Підприємство успішно покращило фінансову ефективність, можливо, через зменшення витрат або ефективніше використання ресурсів.

Загальна вартість активів підприємства зросла на 3778600 за три роки. Найбільший приріст спостерігався в 2022 р. Підприємство інвестує в активи, що може свідчити про розвиток і стратегічні плани на майбутнє.

У 2022 р. зобов'язання становили 10093900, але в 2023 р. вони знизилися до 5562300. Зменшення зобов'язань свідчить про зниження боргового навантаження, що покращує фінансову стійкість.

Кількість працівників - протягом трьох років залишалася стабільною на рівні 13 осіб. Незмінність чисельності персоналу свідчить про сталість організаційної структури або автоматизацію робочих процесів.

Отже, підприємство показало ефективність у покращенні фінансових показників, таких як чистий прибуток і зобов'язання, незважаючи на падіння доходів. Збільшення активів і зменшення боргового навантаження свідчать про надійність і стійкість бізнесу. Для подальшого розвитку варто звернути увагу на збільшення доходів і можливе розширення ринку або асортименту продукції.

2.2. Аналіз надання основних та додаткових послуг ТОВ «АВ-ПРО»

ТОВ «АВ-ПРО» також бере участь у тендерах, поставляючи обладнання для різних установ, серед яких аеропорт «Бориспіль», школи-інтернати, музеї та інші організації. Компанія активно впроваджує сучасні технології в освіті,

зокрема в STEM-проектах, та пропонує рішення для гібридного і дистанційного навчання.

Продуктовий портфель компанії проходить постійне оновлення. На теперішній час АВ-ПРО визнаний офіційним дистриб'ютор ряду брендів. А саме:

Aver, Barco, Crestron, Digibird, Epiphan, ITC, LifeSize, Newline, Optoma, Oray, Panasonic, Projecta, PureLink, Taiden, Turning Technologies, Toshiba Dynabook, vCloudPoint, YesVision.

Разом із дилерами ми пропонуємо широкий спектр продуктів і рішень для освітнього, державного, корпоративного ринків, телемедицини та інших галузей.

- Освітній сектор - від дошкільної до вищої школи: інтерактивні комплекси, дисплеї, системи опитування, комп'ютерні класи, електронний тир «Захисник Вітчизни», Програмне забезпечення для створення навчальних матеріалів та управління класами.
- Корпоративний та державний сектор - рішення для відеоконференцій (ВКС), конференц- і конгрес-систем, систем голосування та озвучування, екрани для диспетчерських, центрів прийняття рішень, VR/AR навчальних центрів.
- Музеї та театри - інтерактивні дисплеї, аудіогіди.
- Медичні заклади - обладнання для телемедицини, монітори для діагностики, хірургії, ендоскопії, мамографії, радіології, планшети та робочі станції для медперсоналу.
- Автоматизація та управління - системи «розумний дім» «інтелектуальна будівля».
- Цифрова реклама (digital signage) - інтерактивні дисплеї для внутрішньої та зовнішньої реклами.
- Цифрові/домашні кінотеатри - рішення для створення якісного кінотеатрального досвіду вдома або у спеціалізованих просторах.

Додатковими видами діяльності згідно КВЕД є:

- Неспеціалізована оптова торгівля.
- Електромонтажні роботи.
- Інші будівельно-монтажні роботи.
- Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами.
- Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту.
- Оптовий продаж комп'ютерів, периферійного обладнання і програмного забезпечення.
- Оптова торгівля електронним і телекомунікаційним обладнанням.
- Надання в оренду офісних машин і устаткування.
- Надання в оренду інших машин, устаткування і товарів.
- Оптова торгівля офісними машинами та устаткуванням.
- Оптовий продаж машин та устаткуванням [22].

Цей спектр послуг і рішень дозволяє задовольнити потреби різноманітних галузей, використовуючи сучасні технології для автоматизації, взаємодії та навчання.

2.3. Аналіз факторів впливу на якість надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»

Фактори формування якості послуг є ключовими елементами, що визначають рівень задоволеності споживачів і конкурентоспроможність підприємства на ринку. У сучасних умовах, коли послуги займають важливе місце в економіках розвинутих країн, а також у багатьох секторах економіки, якість послуг стає критично важливою для утримання клієнтів та забезпечення стійкого розвитку бізнесу. Формування високої якості послуг включає комплекс факторів, таких як кваліфікація працівників, технологічні процеси, взаємодія з клієнтами, а також корпоративна культура підприємства. Окрім цього, значну роль у визначенні якості відіграють також зовнішні умови, зокрема законодавчі норми, ринкові тенденції та економічна ситуація в країні. Розуміння цих факторів є необхідним для ефективного управління та оптимізації послуг у різних галузях.

Якість процесу надання послуг ТОВ «АВ-ПРО» залежить від ряду факторів (рис.2.1).



Рис. 2.1. Фактори якості процесу надання послуг

Джерело: досліджено автором

1. Кваліфікація та досвід працівників, а саме професійність і досвід співробітників компанії, які надають послугу, безпосередньо впливають на результат. Вміння працювати з клієнтами, знання процесів та вирішення проблем є важливими складовими.

2. Технічне забезпечення та інфраструктура - якість обладнання, програмного забезпечення та інших ресурсів, що використовуються для надання послуг, має важливе значення. Наявність сучасних і надійних інструментів дозволяє швидше та ефективніше виконувати завдання.

3. Організаційна культура та внутрішні процеси - чітко визначені внутрішні процедури, стандарти роботи та культура компанії визначають, як організовано надання послуг. Це включає комунікацію між відділами, взаємодію з клієнтами, а також своєчасне вирішення проблем.

4. Комунікація з клієнтом включає важливість ефективної комунікації між постачальником послуг та клієнтом. Це включає інформування про статус виконання послуги, прийняття відгуків і коригування процесу відповідно до запитів клієнта.

5. Контроль якості та зворотний зв'язок - регулярне оцінювання якості наданих послуг, моніторинг виконання робіт та отримання зворотного зв'язку від клієнтів дозволяє виявляти слабкі місця та покращувати процес надання послуг.

6. Наявність стандартів і процедур передбачає впровадження стандартів якості, таких як ISO або інші галузеві сертифікації, допомагає забезпечити стабільність і відповідність вимогам клієнтів.

7. Цінова політика - вартість послуги повинна бути адекватною її якості. Перевищення ціни без відповідного підвищення якості може знизити задоволеність клієнтів.

8. Час виконання послуг - тривалість надання послуги, її оперативність також є важливим фактором. Клієнти часто цінують швидкість та ефективність виконання замовлень.

9. Доступність та зручність передбачає легкість у доступі до послуг, зручні канали для отримання або бронювання послуг, а також інтерфейс вебсайтів або додатків грають важливу роль у забезпеченні високої якості обслуговування.

10. Конкуренція на ринку послуг може також впливати на якість надання послуг, оскільки компанії прагнуть забезпечити конкурентоспроможність за допомогою кращого обслуговування.

Ці фактори взаємодіють і можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на кінцеву якість послуг ТОВ «АВ-ПРО».

Висновки до Розділу 2

ТОВ «АВ-ПРО» - це українська компанія, що спеціалізується на дистрибуції професійного аудіо-візуального та ІТ-обладнання. Заснована у 2003 році, компанія пропонує широкий спектр рішень для корпоративного сектору, навчальних закладів, державних установ і комерційних організацій. Її основні

продукти включають конференц-системи, інтерактивне обладнання, проєкційні системи, відеостіни, а також аудіо- та відеообладнання.

Економічні показники вказують, що доходи підприємства показують нестабільність. У 2022 р. спостерігалось значне падіння порівняно з 2021 р. (37,249,400), але у 2023 р. відбулося відновлення (+19,495,600 до 2022 р.). Загалом, порівняно з 2021 р., дохід скоротився на 18,253,900. Можливо, на результати 2022 року вплинули зовнішні фактори, такі як економічні кризи або зменшення попиту.

Чистий прибуток у 2023 р. зріс на 53,339,800 порівняно з 2021 р. Цей значний стрибок, незважаючи на зниження доходів, може свідчити про оптимізацію витрат або підвищення рентабельності. Підприємство успішно покращило фінансову ефективність, можливо, через зменшення витрат або ефективніше використання ресурсів.

Фактори формування якості послуг є ключовими елементами, що визначають рівень задоволеності споживачів і конкурентоспроможність підприємства на ринку. У сучасних умовах, коли послуги займають важливе місце в економіках розвинутих країн, а також у багатьох секторах економіки, якість послуг стає критично важливою для утримання клієнтів та забезпечення стійкого розвитку бізнесу. Формування високої якості послуг включає комплекс факторів, таких як кваліфікація працівників, технологічні процеси, взаємодія з клієнтами, а також корпоративна культура підприємства. Окрім цього, значну роль у визначенні якості відіграють також зовнішні умови, зокрема законодавчі норми, ринкові тенденції та економічна ситуація в країні. Розуміння цих факторів є необхідним для ефективного управління та оптимізації послуг у різних галузях.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТОВ «АВ-ПРО»

3.1. Напрями удосконалення організації процесу надання послуг

Удосконалення процесу надання послуг є важливим для досягнення кількох ключових цілей:

1. Покращення якості послуг - дозволяє задовольняти потреби клієнтів на вищому рівні, що підвищує їхнє задоволення та лояльність.
2. Збільшення ефективності - оптимізація процесів дозволяє зменшити витрати, скоротити час обробки замовлень та знизити ймовірність помилок, що знижує загальні витрати.
3. Конкурентоспроможність - удосконалення дозволяє компаніям залишатись конкурентоспроможними на ринку, адаптуватися до змінних умов і запропонувати нові, більш інноваційні послуги.
4. Задоволення клієнтів - клієнти шукають не лише якісні послуги, але й швидкість, зручність і персоналізовані рішення. Удосконалення процесів дозволяє краще відповідати на ці вимоги [37, с. 267].
5. Зростання прибутку - підвищення ефективності процесів зазвичай призводить до економії ресурсів та підвищення прибутковості компанії.
6. Адаптація до змін - технологічні інновації, зміни в потребах клієнтів та ринкових умовах вимагають постійного удосконалення процесів, щоб бути гнучкими і готовими до змін.

Таким чином, удосконалення процесів надання послуг є важливим стратегічним кроком для покращення загальної ефективності бізнесу та підтримки його розвитку в умовах конкуренції.

Основними напрямами удосконалення організації надання послуг ТОВ «АВ-ПРО» є:

Автоматизація та цифровізація процесів, що включає використання новітніх технологій для автоматизації рутинних завдань, зменшення людської

помилки, підвищення швидкості надання послуг і зниження витрат. Це включає впровадження програмного забезпечення для управління замовленнями, онлайн-платформ для взаємодії з клієнтами тощо [16; 31].

Поліпшення комунікації з клієнтами - оскільки важливо вдосконалювати канали комунікації, створюючи зручні та доступні для клієнтів способи зв'язку, такі як чат-боти, гарячі лінії, мобільні додатки та інтеграція з соціальними мережами.

Персоналізація послуг - врахування індивідуальних потреб та уподобань клієнтів дозволяє надавати більш цінні та точні послуги, що значно підвищує їх задоволення та лояльність.

Підвищення кваліфікації працівників – включає постійне навчання та розвиток співробітників для покращення їхніх навичок, професіоналізму та здатності надавати високоякісні послуги, а також навчання ефективного взаємодії з клієнтами.

Оптимізація логістики та ресурсів - це покращення управління запасами, вдосконалення процесів постачання та розподілу ресурсів для забезпечення швидкого та ефективного надання послуг.

Зворотний зв'язок та моніторинг якості - постійний збір зворотного зв'язку від клієнтів через опитування, оцінки та аналіз їхніх відгуків допомагає виявляти слабкі місця в процесах і працювати над їх покращенням.

Інновації в послугах – включає регулярне вдосконалення послуг і впровадження інновацій дозволяє залишатися конкурентоспроможними, надаючи клієнтам нові та актуальні рішення, які відповідають останнім трендам.

Управління ланцюгом постачання - підвищення ефективності постачання і зменшення затримок на кожному етапі процесу забезпечує своєчасне виконання замовлень і підвищує задоволеність клієнтів [33; 36].

Гнучкість і адаптивність - можливість швидко реагувати на зміни в умовах ринку або в потребах клієнтів є важливим аспектом для збереження високого рівня надання послуг.

Всі ці напрямки допомагають створювати більш ефективну, орієнтовану на клієнта та конкурентоспроможну організацію, здатну задовольняти потреби клієнтів на найвищому рівні.

3.2. Оцінка якості організації процесу надання послуг

Сучасні компанії часто застосовують різні специфікації під час виконання великих контрактів, наприклад, у будівництві чи впровадженні нових телефонних систем. Такі проекти зазвичай супроводжуються ретельно розробленими технічними вимогами та угодами про рівень обслуговування. Аналогічно, продукція, від автомобілів до програмного забезпечення, створюється на основі докладних специфікацій, що регламентують процеси проектування і виробництва. Проте навіть суворе дотримання цих вимог не завжди забезпечує задоволення клієнтів, якщо виконавці працюють неефективно. Як альтернативу, для оцінки якості послуг пропонують розділяти процес надання послуги на окремі етапи, для кожного з яких встановлюються конкретні показники якості. У цьому підході загальна оцінка якості послуги формується шляхом підсумовування оцінок усіх її складових процесів. [33, с. 191].

ТОВ «АВ-ПРО» здійснює свою діяльність відповідно до стандартів ISO 9001:2000. Однією з особливостей розробки та впровадження систем менеджменту якості (СМЯ) або адаптації існуючих систем управління в продажно-сервісних організаціях до вимог ISO 9001:2000 є специфіка їхнього продукту – послуги, які є результатом виконання певних процесів.

Ключовим аспектом є оцінка якості послуг, які надає ТОВ «АВ-ПРО». Найпоширенішим інструментом для цього є модель якості послуг, також відома як модель розбіжності якості, розроблена В. Зейтамлем і впроваджена за методикою SERVQUAL (Service Quality – якість сервісу). Ця методика визнана одним із найефективніших інструментів оцінки якості обслуговування в сфері послуг.

Оцінювання за SERVQUAL дає змогу компанії краще зрозуміти очікування клієнтів і їхні вимоги до якості обслуговування. Це дозволяє виявляти помилки й недоліки, що сприяє вдосконаленню сервісу та підвищенню рівня задоволеності клієнтів [18].

Ця методика передбачає застосування стандартних анкет «Очікування» та «Сприйняття» для оцінки очікувань клієнтів і їхнього сприйняття якості наданих послуг. Параметральні та критеріальні складові якості методики SERVQUAL наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Параметри якості за методикою SERVQUAL

№	Параметр якості	Критерії
1	Матеріальні засоби	Відповідне обладнання та забезпечення оргтехнікою; належний стан інтер'єру; відповідний зовнішній вигляд співробітників; сучасні буклети та матеріали що інформують компанію
2	Стабільність	Строге виконання взятих на себе зобов'язань щодо надання послуг у зазначений термін. Забезпечення високого рівня якості послуг. Суворе дотримання конфіденційності персональних даних клієнтів.
3	Людяність	Оперативне вирішення запитів клієнтів, атмосфера взаєморозуміння та довіри серед співробітників, готовність надати клієнту підтримку в будь-якій ситуації.
4	Впевненість	Високий рівень довіри до компанії, дисциплінованість і ввічливість співробітників, відданість інтересам постійних клієнтів.
5	Розуміння	Персоналізований підхід до вирішення проблем кожного клієнта, постійно вивчення їхніх потреб та орієнтація на їхню зручність, зокрема, пропонуючи гнучкий графік роботи.

Джерело: узагальнено [18]

Для кожного показника якості обслуговування на основі даних, отриманих у результаті опитування споживачів, обчислюється коефіцієнт якості. Він визначається як різниця між рівнем сприйнятої та очікуваної якості наданої послуги.

Розглянемо приклади застосування методики SERVQUAL на прикладі ТОВ «АВ-ПРО», яке спеціалізується на організації різних видів діяльності, зокрема в мережах роздрібної торгівлі, забезпеченні конференцій обладнанням,

організації публічних заходів, а також продажу комп'ютерної техніки тощо [18].

Як критеріальні складові оцінювання якості послуг можуть бути обрані такі параметри (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Критерії оцінки якості надання послуг ТОВ «АВ-ПРО»

№	Критеріальний показник якості
Матеріальні засоби	
1	М1. Інноваційне обладнання, що підкреслює високий рівень сервісу.
2	М2. Стильний інтер'єр, який створює приємне враження.
3	М3. Професійний вигляд співробітників, який викликає довіру.
4	М4. Інформаційні стенди з актуальними пропозиціями та акціями.
Стабільність	
5	С5. Якісні послуги з дотриманням термінів продажу
6	С6. Прозора цінова компанія
7	С7. Відповідність умов зберігання
8	С8. Гарантованість за повернення коштів за неякісні послуги
Людяність	
9	Л9. Дотримання дисципліни та етики співробітників
10	Л10. Вирішення будь яких проблемних питань споживачів
11	Л11. Швидке реагування на звернення споживачів
Впевненість	
12	В12. Наявність знижок та відповідних програм для постійних клієнтів
13	В13. Повнота інформації для споживачів
14	У14. Високий імідж
Розуміння	
15	Р15. Індивідуальний підхід до споживачів
16	Р16. Комфортний графік для покупців
17	Р17. Орієнтування на запити та вимоги споживачів

Джерело: адаптовано за [18]

За допомогою методики SERVQUAL було визначено оцінку якості обслуговування покупців ТОВ «АВ-ПРО». Було розраховано рівні очікування та сприйняття послуги, а також розраховано коефіцієнти якості обслуговування споживачів. Результати розрахунків висвітлені в табл. 3.3. Графічне демонстрування результатів представлено у вигляді карти «коефіцієнт якості – важливість» (рис. 3.1).

Прийнятними результатами процедури оцінки задоволеності клієнтів за методикою SERVQUAL вважаються значення коефіцієнтів якості $Q_{gk} > -1$.

Таблиця 3.3

Результати використання методики SERVQUAL між споживачами ТОВ «АВ-ПРО»

Параметри та критерії якості	Очікування E_{gk}	Перцепція P_{gk}	Якість (коефіцієнт) $Q_{gk} = P_{gk} - E_{gk}$	Вагомість
Матеріальні засоби				
М1. Інноваційне обладнання, що підкреслює високий рівень сервісу.	6,35	5,0	-1,35	5,75
М2. Стильний інтер'єр, який створює приємне враження.	6,52	4,96	-1,56	6,06
М3. Професійний вигляд співробітників, який викликає довіру.	6,63	5,49	-1,14	5,71
М4. Інформаційні стенди з актуальними пропозиціями та акціями.	6,29	5,57	-0,72	5,89
Стабільність				
С5. Якісні послуги з дотриманням термінів продажу	6,68	4,59	-2,09	6,53
С6. Прозора цінова компанія	6,73	5,03	-1,7	6,41
С7. Відповідність умов зберігання	6,76	4,68	-2,08	6,69
С8. Гарантованість за повернення коштів за неякісні послуги	6,70	4,84	-1,84	6,48
Людяність				
Л9. Дисциплінованість та ввічливість співробітників	6,63	4,72	-1,91	6,3
Л10. Вирішення проблем клієнтів	6,49	4,71	-1,78	6,39
Л11. Швидка реакція на прохання клієнтів	6,58	4,58	-2,0	6,41
Впевненість				
В12. Наявність програм лояльності для постійних клієнтів	6,21	5,76	-0,45	5,86
В13. Надання вичерпної інформації клієнту	6,09	5,13	-0,96	6,09
В14. Висока репутація	6,16	5,16	-1,0	5,95
Розуміння				

Продовження таблиці

P15. Використання індивідуального підходу до клієнтів до програм лояльності	5,95	5,01	-0,94	5,84
P16. Зручний графік роботи для покупців	6,35	5,75	-0,6	6,3
P17. Орієнтація на запити та потреби покупців	6,36	5,22	-1,14	6,15

Джерело: адаптовано за [18]

Як можна бачити з табл. 3, тільки 5 критеріїв з 17, а саме критерії M4, B12, B3, P15 та P16, задовольняють цій умові. Необхідно зазначити, що до цих критеріїв відносяться «Наявність програм лояльності для постійних клієнтів» (B12) та «Використання індивідуального підходу до клієнтів при розробці програм лояльності» (CP15), тобто покупці задоволені програмою «Власний рахунок» і активно приймають в ній участь [18].

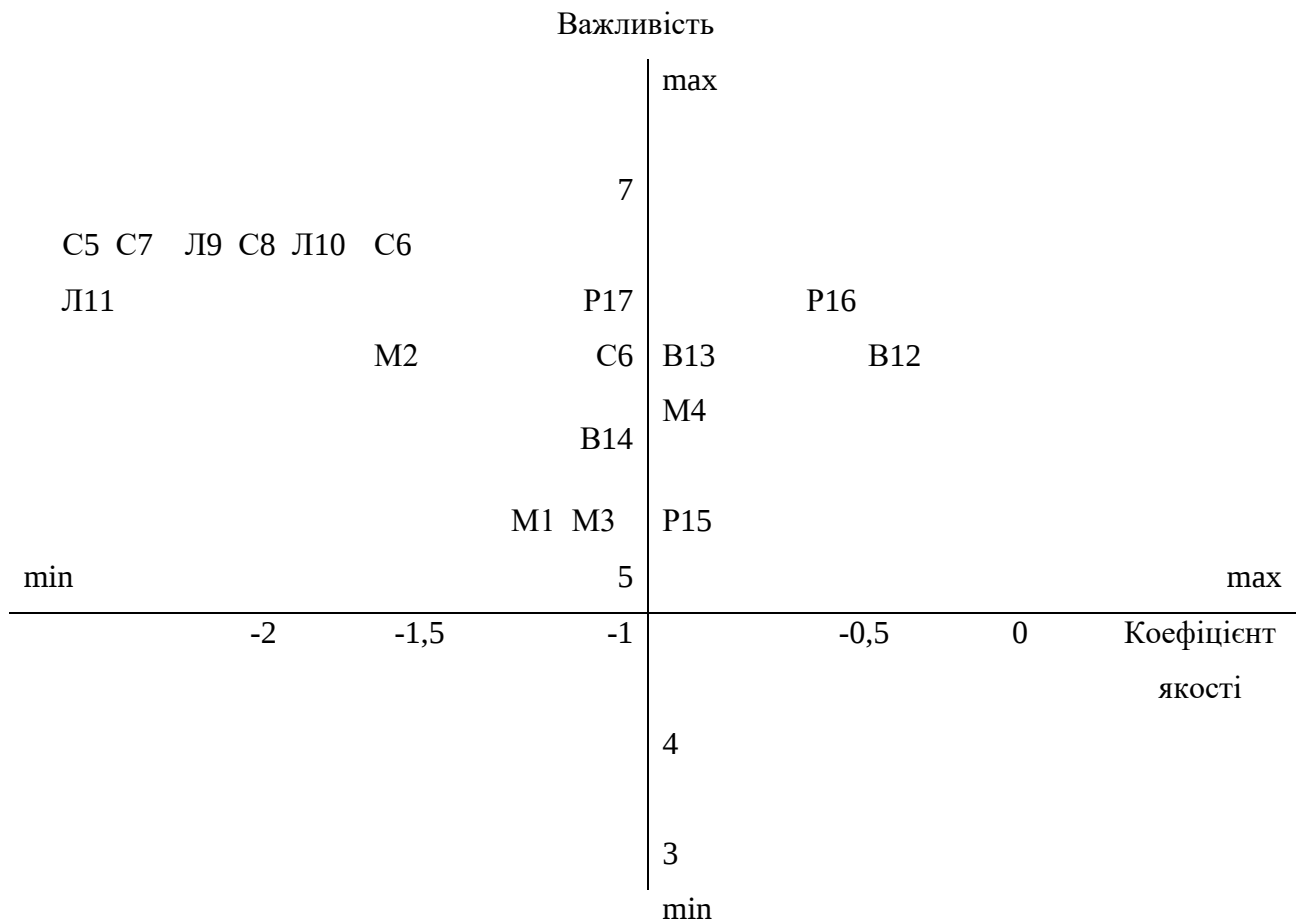


Рис.3.1. Карта результатів дослідження «коефіцієнт якості-важливість»

Джерело: адаптовано за [18]

Керівництву ТОВ «АВ-ПРО» необхідно значну увагу приділяти підвищенню кваліфікації персоналу та підвищенню якісних характеристик продукції власних брендів. Якщо питання якості продукції не буде вирішено, усі кошти на її рекламування та просування через «вигідну» пропозицію для постійних споживачів будуть витрачені марно – ніяка програма лояльності не змусить споживачів купувати неякісну продукцію. У разі ігнорування даного питання з часом це може спричинити до зменшення кількості споживачів.

Як можна бачити з табл. 3. 3, респонденти вважають важливими при виборі продавця більшу частину критеріїв. Лідерами за важливістю для покупців є критерії «ціна - якість». У той же час опитувані зазначили, що критерії М1 («Наявність сучасного обладнання»), М3 («Наявність уніформи у співробітників») не є вирішальними при обранні продавця.

Використовуючи формули розрахуємо коефіцієнт якості відносно очікувань та коефіцієнт якості відносно ідеалу. Дані для розрахунку наведені в табл. 3. 4.

Таблиця 3. 4

Середні оцінки очікування та сприйняття послуги

Параметри якості	Середній показник очікування за E_k	Середній показник сприйняття P_k
Матеріальні засоби	6,45	5,26
Стабільність	6,75	6,36
Людяність	6,57	4,67
Впевненість	6,17	5,35
Розуміння	6,22	5,33
Середня оцінка за всіма параметрами	$E=6,44$	$P=5,04$

Джерело: адаптовано за [18]

Коефіцієнт якості дорівнює $Q_1 = \frac{6,4 - 5,05}{6,4} \cdot 100\% = 21,09\%$, а коефіцієнт якості відносно ідеалу дорівнює $Q_2 = \frac{7 - 5,05}{7} \cdot 100\% = 27,86\%$. Розраховані коефіцієнти свідчать про те, що середній рівень сприйняття якості послуг ТОВ «АВ-ПРО» відстає від очікуваного та ідеального рівнів більш ніж на 20%. Це

вказує на наявність проблем із якістю обслуговування клієнтів у магазинах мережі, зокрема за такими параметрами, як «надійність» та «чуйність».

На основі проведеного опитування та здійснених розрахунків можна дійти таких висновків - рівень очікувань і важливості майже за всіма критеріями якості обслуговування виявився досить високим. Це свідчить про те, що споживачі, обираючи магазин, цінують не лише широкий асортимент якісних товарів і прийнятні ціни, але й можливість отримати персональні винагороди за лояльність. Вони також висувають високі вимоги до матеріальної складової магазину, професійності та поведінки персоналу.

Висновки до Розділу 3

Удосконалення процесу надання послуг є важливим для досягнення кількох ключових цілей – покращення якості послуг, конкурентоспроможність, задоволення клієнтів, зростання прибутку, адаптація до змін. Удосконалення процесів надання послуг є важливим стратегічним кроком для покращення загальної ефективності бізнесу та підтримки його розвитку в умовах конкуренції.

Вагомим питанням є оцінка якості надання послуг ТОВ «АВ-ПРО». Найбільш поширеним інструментом оцінки якості послуги є модель якості послуг або модель розбіжності якості послуг, запропонована В. Зейтамлем за методикою SERVQUAL (Service Quality – якість сервісу). Методика SERVQUAL є найбільш поширеним інструментом оцінки якості обслуговування клієнтів в організаціях сфери послуг, який довів свою ефективність.

Дана оцінка допомагає компанії дізнаватися про очікування споживачів і їх вимоги щодо надання послуг відповідної якості та відразу прийняти до уваги усі допущені помилки та врахувати недоліки з метою підвищення якості сервісу і, відповідно задоволеності своїх клієнтів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження діяльності ТОВ «АВ-ПРО» дало можливість сформулювати наступні висновки:

1. Послуга є важливою складовою сучасної економіки, оскільки вона сприяє розвитку різних галузей, покращенню якості життя та задоволенню потреб людей. Процес надання послуг - це послідовність дій або взаємодій між постачальником і споживачем, спрямованих на задоволення потреб клієнта шляхом створення та надання цінності у вигляді послуги. На відміну від виробництва товарів, цей процес часто має нематеріальний характер і вимагає участі клієнта або його активної взаємодії.

2. Якість послуг - це багатогранна характеристика, яка формується на перетині очікувань споживачів, компетенції постачальника та умов ринку. Формування дієвої системи якості послуг є стратегічним завданням для будь-якого підприємства, яке прагне досягти довготривалого успіху та стати лідером у своїй галузі.

3. ТОВ «АВ-ПРО» - це українська компанія, що спеціалізується на дистрибуції професійного аудіо-візуального та ІТ-обладнання. Заснована у 2003 році, компанія пропонує широкий спектр рішень для корпоративного сектору, навчальних закладів, державних установ і комерційних організацій. Її основні продукти включають конференц-системи, інтерактивне обладнання, проєкційні системи, відеостіни, а також аудіо- та відеообладнання.

4. Економічні показники вказують, що доходи підприємства підкреслюють нестабільність. У 2022 р. спостерігалось значне падіння порівняно з 2021 р. (37,249,400), але у 2023 р. відбулося відновлення (+19,495,600 до 2022 р.). Загалом, порівняно з 2021 р., дохід скоротився. Можливо на результати 2022 року вплинули зовнішні фактори, такі як економічні кризи або зменшення попиту. Чистий прибуток у 2023 р. зріс на 53339800 порівняно з 2021 р. Цей значний стрибок, незважаючи на зниження доходів, може свідчити про оптимізацію витрат або підвищення рентабельності.

Підприємство успішно покращило фінансову ефективність, можливо, через зменшення витрат або ефективніше використання ресурсів.

5. Фактори формування якості послуг є ключовими елементами, що визначають рівень задоволеності споживачів і конкурентоспроможність підприємства на ринку. У сучасних умовах, коли послуги займають важливе місце в економіках розвинутих країн, а також у багатьох секторах економіки, якість послуг стає критично важливою для утримання клієнтів та забезпечення стійкого розвитку бізнесу. Формування високої якості послуг включає комплекс факторів, таких як кваліфікація працівників, технологічні процеси, взаємодія з клієнтами, а також корпоративна культура підприємства. Окрім цього, значну роль у визначенні якості відіграють також зовнішні умови, зокрема законодавчі норми, ринкові тенденції та економічна ситуація в країні. Розуміння цих факторів є необхідним для ефективного управління та оптимізації послуг у різних галузях.

6. Удосконалення процесу надання послуг є важливим для досягнення кількох ключових цілей – покращення якості послуг, конкурентоспроможність, задоволення клієнтів, зростання прибутку, адаптація до змін. Удосконалення процесів надання послуг є важливим стратегічним кроком для покращення загальної ефективності бізнесу та підтримки його розвитку в умовах конкуренції.

7. Вагомим питанням є оцінка якості надання послуг ТОВ «АВ-ПРО». Найбільш поширеним інструментом оцінки якості послуги є модель якості послуг або модель розбіжності якості послуг, запропонована В. Зейтамлем за методикою SERVQUAL (Service Quality - якість сервісу). Методика SERVQUAL є найбільш поширеним інструментом оцінки якості обслуговування клієнтів в організаціях сфери послуг, який довів свою ефективність. Така оцінка допомагає компанії дізнатися про очікування клієнтів і вимоги стосовно надання послуг високої якості та прийняти до уваги усі помилки та недоліки з метою підвищення рівня сервісу і, як наслідок, задоволеності своїх клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безус А. М. Перспективи інноваційного розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 24-28.
2. Глебова А. О., Карчевський Б. О. Системи управління якістю на підприємстві в умовах євроінтеграційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2019. Вип. 8. С. 352-356.
3. Горго І. О. Концепція формування системи управління ризиками на підприємстві. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 11. С. 29-42. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/February2020/uDmPvP0u0BbTw63R53ED.pdf> (дата звернення: 12.11.24)
4. Граченко Л. А. Процесний підхід у системах управління якістю підприємств сфери послуг. *Проблеми економіки*. 2019. № 2. С. 251-257. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2018-2_0-pages-251_257.pdf (дата звернення: 12.11.24)
5. Гринько Т. В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon> (дата звернення: 11.11.24)
6. Дишкантюк, О., & Коваленко, Л. (2023). Управління якістю послуг як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. *Управління змінами та інновації*, (6), 38-43. URL: <https://doi.org/10.32782/CMI/2023-6-7> (дата звернення: 23.11.24)
7. Договір про надання послуг: основні положення та аспекти. URL: https://jurliga.ligazakon.net/analytics/225246_dogovr-pro-nadannya-poslug-osnovn-polozhennya-ta-aspekti (дата звернення: 22.11.24)
8. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64030. (дата звернення: 02.11.24)

9. Дунська А. Р., Лютенко Д. Д. Особливості процесу закупівельної діяльності підприємства. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2020. №5. С.32-43.
10. Іванків О.Я. Сучасні підходи до оцінки якості послуг. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/84.pdf> (дата звернення: 22.11.24)
11. Інноваційні технології управління якістю послуг. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1379366> (дата звернення: 23.11.24)
12. Інноваційно-логістична парадигма управління якістю транспортних послуг. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1193> (дата звернення: 23.11.24)
13. Коваленко О.В. Напрями удосконалення управління прибутковістю підприємства в сучасних умовах. URL: <http://econvisnyk.dstu.dp.ua/article/view/293599> (дата звернення: 12.11.24).
14. Кузьмак О.І. Механізм підвищення якості надання послуг у контексті європейських вимог. *Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал* 1'2016 [30] с. 150-155.
15. Кухарська Л. В., Живко З. Б., Руда О. І. Напрямки покращення управління персоналом приватного підприємства. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 27 березня 2019 р.). Полтава, 2019. С. 175-177.
16. Лавриненко С.О, Кравчук І.І, Буднік О.М. Сучасні ERP-технології - ефективна складова системи менеджменту організацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-62-37
17. Маковецька І. М. Удосконалення системи управління підприємством. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2964> (дата звернення: 14.11.24)

18. Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 204 с.
19. Модель SERVQUAL - ефективний спосіб вимірювання сервісу URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/servqual-pptx/251537391> (дата звернення: 12.11.24)
20. Моргулець О.Б. Розвиток сучасного понятійно-категоріального апарату теорії послуг. URL: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Morgulets_st.pdf (дата звернення: 15.11.2024)
21. Науменко М.О. Управління підвищенням якості послуг підприємства на основі оптимізації використання інформаційних ресурсів. URL: https://www.researchgate.net/publication/338180629_upravlinna_pidvisennam_akosti_poslug_pidpriemstva_na_osnovi_optimizacii_vikoristanna (дата звернення: 22.11.24)
22. Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/32525891> (дата звернення: 22.11.24)
23. Основні види послуг, їх характеристика та класифікація. Бізнес-портал Луцька. URL: http://toplutsk.com/articles-article_1604.html. (дата звернення: 15.11.2024)
24. Остафійчук Я.В. Підходи до класифікації послуг у контексті формування системи управління сферою послуг. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892> (дата звернення: 14.11.2024).
25. Підвищення якості наданих послуг з безкоштовним впровадженням системи оцінки якості та управління лояльністю. URL: <https://otsinka-iakosti.aisdre.com/> (дата звернення: 22.11.24)
26. Поворознюк І. Управління якістю послуг підприємствах індустрії гостинності під час кризи. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1656> (дата звернення: 12.11.2024)

27. Попик О.О. Інноваційні технології управління якістю послуг. URL: <https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/107/84> (дата звернення: 21.11.24)
28. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim(дата звернення: 10.11.24)
29. Рудько В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: навчальний підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
30. Селезньова Г. О., Іпполітова І. Я. Ефективність системи управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 38. URL: <http://www.marketinfr.od.ua/uk/2020> (дата звернення: 14.11.24)
31. Селезньова Г.О., Іпполітова І.Я. Оцінювання ефективності системи управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/54.pdf. (дата звернення: 17.10.2024).
32. Стручок Н. М. , Замрій О. М. Стратегічні підходи в управлінні збутом товарів та послуг. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020. Вип. 4. С.116-124.
33. Таран-Лала О. М., Сухорук К. В. Особливості стратегічного управління підприємством. *Економіка і суспільство*. 2021. Вип. 25. URL:<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/296/284>(дата звернення: 12.11.2024)
34. Таран-Лала О. М., Сафаров М. З. Змістовна характеристика стратегічного управління підприємством. *Агросвіт*. 2022. № 11-12. С. 29–34.
35. Траченко Л., Школьний О., Лопатюк Р. Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 2. С. 137-143.
36. Череп А.В., Томарева-Патлахова В.В., Кабанова О.О. Формування ефективної системи управління підприємствами. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 6(2). С. 280-286.

37. Черкашина М. В. Розробка методики управління підготовкою персоналу для систем просування товарів в умовах постіндустріального суспільства. *ScienceRise*. 2019. № 2-3. С. 28-31
38. Шимко О. В. Інтеграція ризик-менеджменту в систему управління якістю торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 191-196. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-191-196> (дата звернення: 14.11.24)
39. Шимко О. В., Демидюк С. М. Ризик-орієнтований підхід до управління підприємством сфери послуг. *Бізнес Інформ*. 2024. №4. С. 267-274. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-267-274> (дата звернення: 04.11.24)
40. Якість послуг як економічна категорія і об'єкт управління. URL: <http://um.co.ua/8/8-19/8-196973.html> (дата звернення: 17.11.24)
41. Aviva Bashan, Sigal Kordova. Globalization, quality and systems thinking: integrating global quality Management and a systems view. *Heliyon*. 2021. Vol. 7. P. 1-16. DOI:10.1016/j.heliyon.2021.e06161.
42. Hajo A. Reijersa Business Process Management: The evolution of a discipline. *Computers in Industry*. 2021. Vol. 126. P. 1-5.
43. Idris Othman, Siti Norfarahhanim Mohd Ghani, Shim Woon Choon. The Total Quality Management (TQM) journey of Malaysian building contractors. *Ain Shams Engineering Journal*. 2020. Vol. 11. P. 697-704.
44. Olshanskiy O. Development of methods of improvement of business process management. *Technology Audit and production reserves*. 2019. № 5/4(43). P. 20-25.