

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ У СФЕРІ ПОСЛУГ

К.е.н., доцент **Білявський В.М.**

Національний авіаційний університет, м. Київ

Головною передумовою успішного функціонування будь-якого підприємства є грамотне і виважене проектування його операційної системи, основним призначенням якої є створення умов щодо задоволення потреб кінцевого споживача у потрібних товарах та належному обслуговуванні.

На відміну від товару послуга представляє собою діяльність, користь або задоволення, які продаються окремо або пропонуються разом з продажем товарів.

Головною характерною рисою сфери послуг вважається нематеріальна природа результату функціонування, адже послуга не є відчутною на дотик, її не можна побачити, понюхати, послухати, продегустувати, вона не може транспортуватись, резервуватись та зберігатись, а також не існує до моменту її продажу. Через це якість обслуговування не може бути оцінена потенційним споживачем перш, ніж послугу буде надано. Для формування власного враження споживач заздалегідь не може побачити та оцінити якість обслуговування, тому репутація підприємства формується завдяки передачі інформації про його послуги заочно. В результаті споживачеві часто доводиться купувати «кота в мішку», покладаючись на репутацію, бренд підприємства або думку знайомих, родичів, друзів про його обслуговування.

Крім того, у сфері послуг процеси виробництва та споживання відбуваються синхронно у часі. У будь-якій сфері обслуговування послугу неможливо складувати, резервувати через те, що покупець тією чи іншою мірою виступає безпосереднім учасником операційного процесу. Також для сфери послуг характерна висока міра взаємодії зі споживачем. Це

змушує встановлювати певні рамкові «правила гри» при наданні сервісу у вигляді стандартів обслуговування, щоб протидіяти проявам непрофесійного і неякісного «виробництва» послуг. А оскільки послуги надаються у присутності клієнта, він миттєво може відкоригувати їх у відповідності зі своїми потребами, тим більше, що стандарти обслуговування не заперечують «імпровізацію» та індивідуальний підхід до конкретного споживача.

Також контингент обслуговування у сфері послуг більш численний і різномірний за соціально-економічною структурою, а отже, і за запитами, ніж у промислових підприємств. Все це свідчить про високий ступінь індивідуалізації кожного акту купівлі-продажу послуг. В зв'язку з тим, що споживачі, які виявляють попит на послуги, мають свої особистісні властивості — характер, темперамент, настрій, погляди, інтереси, мотиви, цілі тощо, вони висувають такі запити стосовно обслуговування, які відповідають низькому ступеню уніфікації. Причому остаточний вибір елементів послуги може змінюватися не лише від клієнта до клієнта, але раз від разу він поновлюється у того ж самого споживача. Тому у сфері послуг спостерігається високий ступінь індивідуалізації “продукту”, адже часто вимоги клієнтів є унікальними. Це зайвий раз актуалізує суто індивідуальну орієнтацію на конкретного клієнта та найвищу якість сервісу, що забезпечується за допомогою добре навченого персоналу, всеосяжної системи контролювання й оцінювання операцій.

Для сфери послуг характерні працемісткі операції, які потребують значних фізичних і розумових витрат праці персоналу, який надає послуги. Такі операції важко стандартизувати і автоматизувати, тому їх має виконувати висококваліфікований персонал.

Характерною особливістю операційного процесу у сфері послуг є неритмічність його перебігу та велика залежність від споживчого попиту на послуги. Це відбувається через періодичні спади та наростання активності споживачів: протягом року, місяця, тижня і навіть протягом

дня. Причому зазначені коливання не підлягають точному передбаченню та мають стохастичний і ймовірнісний характер.

Таким чином, на сьогодні розвиток сфери послуг набирає значних обертів. Особливу увагу слід зорієнтувати на підбір висококваліфікованих працівників для «контактування» зі споживачами, створення дієвої системи оцінювання і контролювання якості послуг та роботи персоналу, розширення можливостей обслуговування за рахунок створення невеликих децентралізованих підприємств і максимальної кількості пунктів надання послуг, розробку стандартів обслуговування клієнтів, особливо в мережевих підприємствах, впровадження заходів щодо активізації продажу сезонних послуг і програм лояльності клієнтів.

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО АЕРОПОРТУ

к.т.н., доцент **Родченко О.В.**

Національний авіаційний університет, м.Київ

Від функціонування міжнародних аеропортів залежить можливість розвитку системи авіаційного транспорту України в цілому та, в не меншій мірі, пов'язана з цим можливість загального економічного розвитку держави. Розвиток міжнародних аеропортів сприятиме росту пасажирських та вантажних перевезень, створенню нових робочих місць, розвитку туризму, підвищенню ділової активності держави, надходженню в Україну передових технологій, інтеграції України у світову економіку.

Основна стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності міжнародного аеропорту повинна бути направлена на збільшення об'єму міжнародних сполучень.