

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Кафедра маркетингу**

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту
підприємства»**

(за матеріалами ТОВ «Управління безпеки, охорона
приватних підприємств», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 3м групи,
спеціальності 075 «Маркетинг»,
спеціалізації «Бренд-менеджмент»

Смірної Ірини
Русланівни

підпис студента

Науковий керівник,
кандидат технічних наук
доцент кафедри маркетингу

Клібанська Олена
Миколаївна

підпис керівника

Гарант освітньої програми,
кандидат технічних наук
доцент кафедри маркетингу

Клібанська Олена
Миколаївна

підпис гаранта

КИЇВ 2021

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретичні засади управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємств	6
Розділ 2. Аналіз особливостей управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств»	14
2.1. Характеристика маркетингового середовища підприємства.....	14
2.2. Аналіз особливостей управління якістю послуг на підприємстві ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств».....	18
Розділ 3. Рекомендації щодо вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств»	24
3.1. Напрямки вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства.....	24
3.2. Оцінка ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства.....	27
Висновки	33
Список використаних джерел	35
Додатки	41

ВСТУП

Актуальність тематики зумовлена тим, що запорукою досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг є саме ефективне управління системою якості. Концептуальні основи сучасного управління якістю системи послуг визначається провідними векторами, що впливають на стан лояльності клієнтів та в стратегічній перспективі дозволяє формувати конкурентні переваги стосовно сталого бізнес-розвитку сервісних організацій. Сфера послуг з безпеки та охорони не є винятком, тому що в умовах стрімкого зростання попиту на безпекові послуги актуалізуються запити споживачів на ефективну, надійну та оперативну охорону та послуги безпеки. Саме неціновий фактор якості визначає стабільність функціонування суб'єктів сервісного бізнесу. Сучасний розвиток бренд-менеджменту забезпечує загальний ринковий успіх підприємства в окремій галузі, в тому числі в стані розвитку конкурентних переваг безпекового бізнесу. Враховуючи нематеріальний характер послуг безпеки та охорони та їх галузеву специфіку, а також рівень конкуренції на даному ринку слід звернути увагу на забезпечення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки.

Наукова розробка тематики. Питання управління якістю послуг розглядаються науковцями та фахівцями сфер бренд-менеджменту підприємства, зокрема: А. Божок, Н. І. Болквадзе, О. В. Козак, Н. М. Гуржій, Ю. І. Фуклева, О. М. Гуцалюк, І. К. Носатов, В. А. Козловцева, М. С. Огієнко, Д. В. Герасимчук, О. С. Пархоменко, Т. С. Коваль, Т. Е. Шедякова, О. В. Хадарцев, А. В. Моргун. Зокрема, Божок А. [1] приділяв увагу формуванню бренд-менеджменту компаній як елементу забезпечення їх конкурентних переваг на ринку. Н. І. Болквадзе, О. В. Козак [2] розглядали наукові підходи до системи стандартизації управління якістю підприємства. О. М. Гуцалюк, І. К. Носатов, В. А. Козловцева [9] досліджували алгоритми впровадження системи управління якістю в різних сферах. М. В. Муллер [20] розглядав вплив бренду на маркетингову ефективність та ринкову

успішність бізнесу. В той же час малодослідженим є система управління якістю підприємства сфери безпеки.

Метою роботи є дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів забезпечення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки та визначення резервів їх оптимізації в стратегічній перспективі стосовно окремих аспектів управління якістю безпекових послуг.

Для досягнення поставленої мети роботи було реалізовано наступні **наукові завдання**:

- узагальнено теоретичні засади управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємств;
- систематизовано показники та вектори розвитку маркетингового середовища підприємства сфери безпеки;
- проведено аналіз особливостей управління якістю послуг на підприємстві ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств»;
- визначено напрямки вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства;
- проведено оцінку ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства.

Об'єктом роботи є процес управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства.

Предметом роботи є принципи, методи, інструменти управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки, використання яких забезпечує стратегічний конкурентний розвиток підприємства на ринку безпекових послуг.

Методична база дослідження. В роботі використано наступні наукові методи: аналізу та синтезу (стосовно узагальнення теоретичних засад управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства); індукції та дедукції (відносно формування умов управління якістю послуг на підприємстві); анкетування та спостереження (при проведенні аналізу особливостей управління

якістю послуг на підприємстві ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств»); узагальнення та систематизації (стосовно систематизації показників та векторів розвитку маркетингового середовища підприємства сфери безпеки); прогнозування та економічного аналізу (при визначенні напрямків вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства та проведенні оцінки ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства).

Інформаційною базою дослідження управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємств є праці науковців та практиків, аналітичні та статистичні дані, фінансова звітність, результати анкетування клієнтів ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств».

Практичне значення роботи визначається можливістю використання її результатів та висновків і рекомендацій автора для коригування існуючого механізму управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств».

Апробація роботи. Робота була апробована в рамках наукової конференції студентів - Смірнова І. Управління якістю послуг у системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки. Маркетинг в умовах цифрової трансформації. Збірник наукових статей студентів КНТЕУ. 2021. Ч. 2. С. 320-325 [50].

Структура роботи. Структурно в роботі виділено вступ, в першому розділі наведено теоретичні засади управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємств, другий розділ присвячено аналізу особливостей управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств», в третьому розділі визначено рекомендації щодо вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств», висновків, списку джерел та додатків. Загальний зміст роботи складає 41 сторінок машинописного тексту без урахування додатків. Робота містить 6 таблицю, 9 рисунків та 1 додаток. Список використаних джерел включає 50 найменування і викладений на бсторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Динамічний розвиток турбулентного маркетингового середовища вимагає від підприємства побудови ефективно системи управління послугами підприємства, що стає основою формування бренду сервісної організації та впровадження бренд-менеджменту, тому доцільним є вивчення та аналіз наукових підходів до сутності системи управління якості послуг бізнесу.

Питанням дослідження економічної сутності якості послуг приділено значну наукову увагу в багатьох роботах, зокрема, Артеменко В.С., Ольшанський О.В. [2] пропонують розуміти під системою управління якістю – функціональний механізм забезпечення достатнього рівня послуг, що відповідатиме очікуванням та вимогам цільового сегменту споживачів. Божок А. [4] навпаки вказує на існування зворотнього функціонального зв'язку, оскільки якість послуг визначає бренд бізнесу, а бренд бізнесу формує очікування у споживачів від споживання послуг підприємства.

Болквадзе Н. І. [5] звертав увагу на потребу стандартизації якості послуг, що дозволить досягти оптимуму в управлінні бренд-менеджментом. В даному контексті слід позитивно оцінити наукові підходи до стандартизації якості послуг в рамках сучасного розвитку сервісного підприємства.

Гуржій Н. М. [8] визначає фактори та передумови формування системи управління якістю та бренд-менеджменту сервісного підприємства. Позитивної оцінки заслуговують підходи автора до систематизації факторів формування та реалізації якості послуг як елементу конкурентоспроможності підприємства.

Зяйлик М.Ф., Вівчар О.І. [14] розглядали процесний підхід до менеджменту якості, тому під системою управління якістю послуг сервісного підприємства вони розуміють інструменти та методи стандартизації та сертифікації послуг.

Дане наукове розуміння можна розглядати як елемент системної теорії, що поєднує принципи, методи та інструменти

При цьому Т. О. Кузьміна, Ю. В. Березовський, Л. О. Стрелюк [16] звертають увагу на потребу системного розгляду якості послуг, оскільки сучасна система якості послуг підприємства є і інструментом забезпечення належного рівня їх надання і способом досягнення ринкового успіху та додаткових конкурентних переваг особливо в окремих сервісних галузях та сферах бізнесу. Якість послуги як елемент компромісу між очікуваннями та можливостями виробників та споживачів послуг наведено на рис. 1.1.

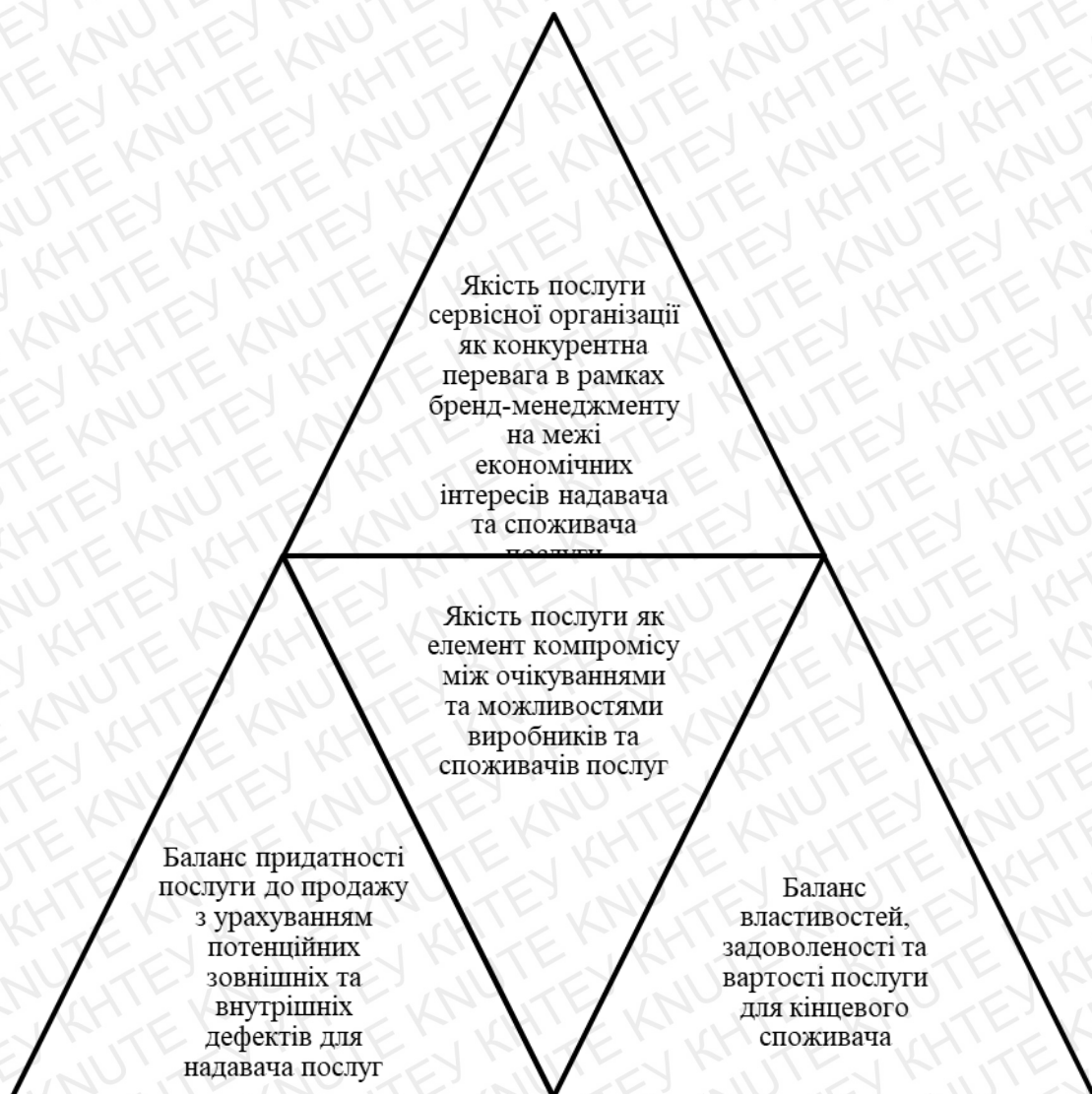


Рис. 1.1. Якість послуги як елемент компромісу між очікуваннями та можливостями виробників та споживачів послуг

Джерело: [7,10,13, 31]

Таким чином, при формуванні системи якості послуг виробник послуги звертає увагу на цінність та вартість послуги в виробничих бізнес-процесах, а споживач послуг навпаки акцентує увагу на вартості послуги, її цінності та рівні відповідності заявленим параметрам і характеристикам послуги.

В сучасних умовах стратегічного розвитку сервісного підприємства актуальним є дослідження петлі якості послуг, що наведено на рис. 1.2, і дозволяє визначати елементи підсистеми бренд-менеджменту якості послуг.

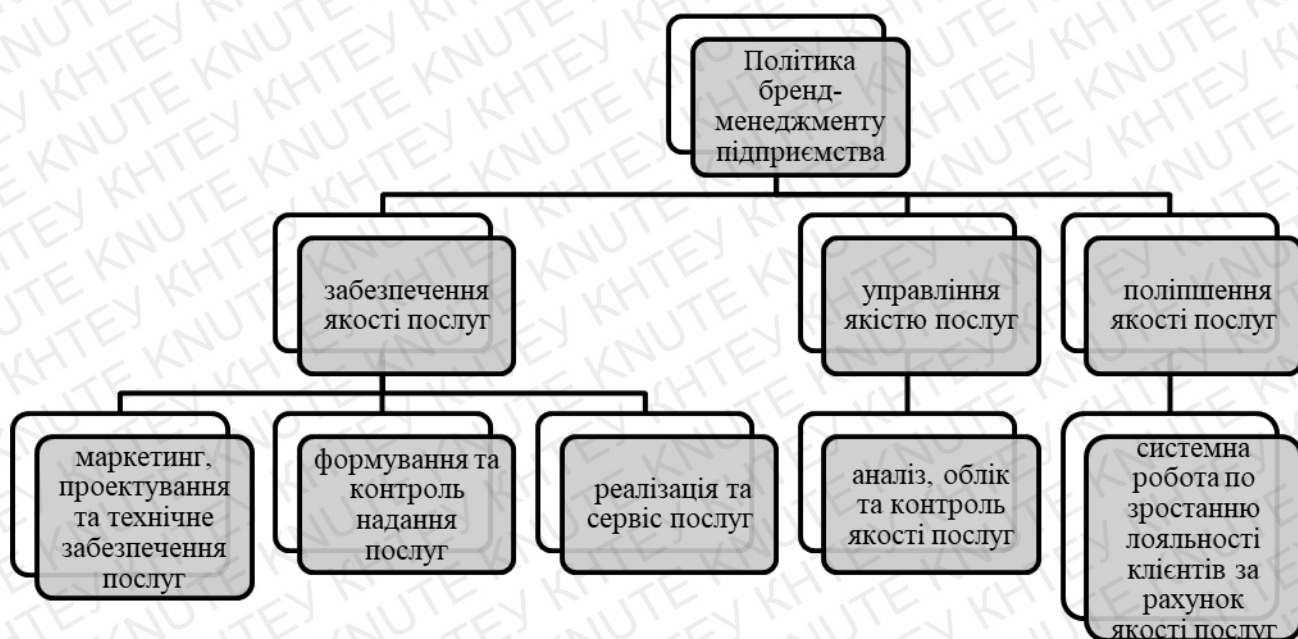


Рис.1.2. Петля якості продукції послуг

Джерело: [2, 7, 14, 20]

В рамках петлі якості послуг в окремих сервісних галузях та сферах бізнесу наявними є: облік якості послуг; аналіз якості послуг; контроль якості послуг; прийняття рішень стосовно якості послуг;

Наведена петля якості послуг включає: забезпечення якості послуг; поліпшення якості послуг; управління якістю послуг [34].

Вплив якості послуг на рівень конкурентоспроможності послуг сервісної організації на мікрорівні наведено на рис. 1.3.

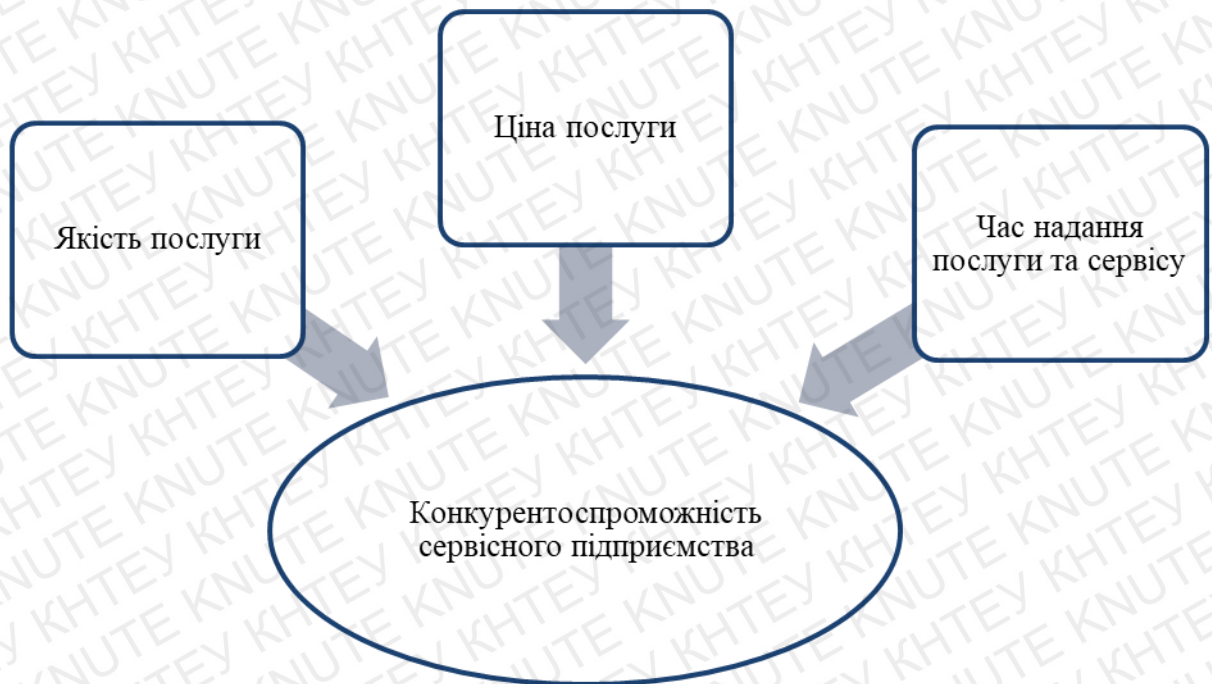


Рис. 1.3. Вплив якості послуг на стан конкурентності бізнесу на мікрорівні
Джерело: [7, 20, 25, 28]

Вплив якості послуг на стан конкурентності бізнесу на мікрорівні вказує на важливість якості послуг поряд з такими ринковими параметрами послуги як ціна та час її надання. При цьому саме від ефективності побудови системи управління якості послуг залежить загальний ринковий успіх сучасного бізнесу. Більшість науковців наголошують на тому, що оцінювання якості послуги клієнтами проводиться несистемно, а лише окремі аспекти та системні характеристики кількісного та якісного рівня якості послуг (рис. 1.4). Концептуальні основи розгляду якості послуг дозволяють нам визначити якісні та кількісні показники якості послуг: фізичні показники якості послуг; етичні показники якості послуг; органолептичні показники якості послуг; ергономічні показники якості послуг; часові показники якості послуг; функціональні показники якості послуг; економічні показники якості послуг [11].

Вплив якості послуг на стан конкурентоспроможності бізнесу на макрорівні вказує на ключову роль якості послуг в побудові національної системи бренд-менеджменту та гармонізації надання послуг.

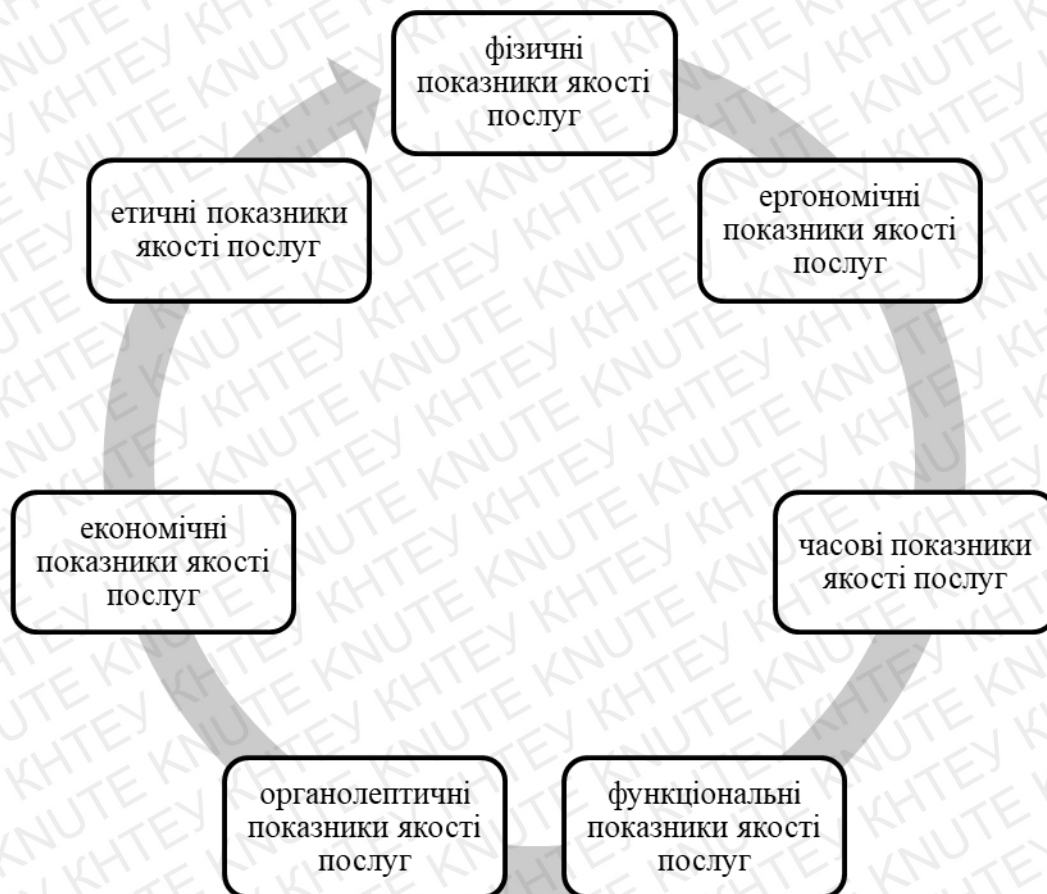


Рис. 1.4. Параметри та показники послуги якості послуг сервісного підприємства

Джерело: [7, 11, 34]

До складових системи управління якості послуг сервісного підприємства належать:

- мета управління якості послуг;
- завдання управління якості послуг;
- суб'єкт управління якості послуг;
- об'єкт управління якості послуг;
- предмет управління якості послуг;
- принципи управління якості послуг;

- методи та механізми управління якості послуг [13].

Мета системи управління якості послуг підприємства – оптимізація стану якості послуг з урахуванням економічних інтересів підприємства та споживачів послуг, а також існуючих та потенційних вимог до безпеки, функціональності, цінності та екологічності послуг.

Модель управління якості послуг підприємства вказує на потребу узгодження потреб замовника послуги та виробничих обмежень її надавача в рамках постійного поліпшення менеджменту якості послуг.

Основними завданнями системи управління якості послуг підприємства є оцінка сучасного рівня якості послуг та відповідне визначення резервів покращення якості послуг, па також виділення векторів оптимізації якості послуг сервісного підприємства [21].

Суб'єкт системи управління якості послуг підприємства – керівні відповідальні посадові особи та відділи підприємства, які мають забезпечити умови та можливості щодо досягнення та утримання планового стану якості послуг підприємства.

Об'єкт системи управління якості послуг підприємства – стан якості послуг (фізичні показники якості послуг; етичні показники якості послуг; органолептичні показники якості послуг; ергономічні показники якості послуг; часові показники якості послуг; функціональні показники якості послуг; економічні показники якості послуг) [28].

Предмет системи управління якості послуг підприємства – покращення стану якості послуг підприємства та бізнес-процеси, бренд-менеджмент, лояльність клієнтів.

Методи і засоби управління якості послуг підприємства – способи управління зміною параметрів послуг, що безпосередньо впливають на їх ціннісну пропозицію для кінцевого клієнта [30].

В даний час можна розглядати наступні інструменти управління якості послуг підприємства, які дозволяють формувати сталі конкурентні переваги для бізнесу:

- розгортання функції підвищення якості послуг;
- бенчмаркінг якості послуг;
- система якості послуг «0 дефектів»;
- FMEA-аналіз якості послуг;
- аналіз діяльності підрозділів;
- функціонально-вартісний аналіз якості послуг;
- система підвищення якості послуг «точно вчасно» [50].

В сучасних умовах зростання попиту на охоронні послуги та підвищення вимог замовників до якості та лінійки безпекових послуг сервісний ринок є доволі конкурентним. При наданні послуг клієнт сервісна організація робить акцент як на їх ціну, так і на їх якість, тобто умови реалізації [1-2]. Бренд-менеджмент – це цілеспрямована система управління брендом підприємства, що в залежності від галузі його діяльності націлена на:

- зростання частки ринку бізнесу;
- розвиток лояльності цільової клієнту;
- пошук потенційних ринкових сегментів, які можуть бути перспективні для підприємства;
- оптимізацію сучасної взаємодії підприємства та клієнта;
- оцінку якості та пошук векторів нарощення клієнтури, особливо в сервісних галузях та сферах бізнесу;
- отримання додаткових ринкових конкурентних переваг;
- формування нового або коригування існуючого бренду бізнесу;
- виявлення внутрішнього потенціалу і резервів посилення конкурентних переваг підприємства;
- діагностику зовнішніх можливостей, загроз та векторів розвитку бізнесу підприємства;
- формування комплексної системи управління результативністю та якістю сучасного бізнесу в умовах турбулентного ринкового середовища [21, 23].

На основі узагальнення теоретико-методичних підходів до сутності та значення управління якістю послуг бізнесу встановлено, що система управління

якістю сучасного сервісного підприємства – це структурна сукупність методів, форм та інструментів досягнення визначеного рівня якості послуг бізнесу, в тому числі в контексті їх економічної, екологічної, технологічної, функціональної, ціннісної характеристик для клієнта. Даний підхід враховує як функціональні, так і системні параметри сучасного менеджменту якості послуг, в тому числі і на ринку безпекових послуг. В сучасному бізнесу використання системи управління якістю послуг є основою для побудови ефективного бренд-менеджменту підприємства.

Ключовими системними принципами управління якістю послуг сервісного підприємства є: системний підхід управління якістю послуг; процесний підхід управління якістю послуг; лідерства; орієнтація на споживача послуг; постійне поновлення та поліпшення якості послуг сервісного підприємства; прийняття рішень про розвиток якості послуг сервісного підприємства на основі інформації про стан управління якістю; залучення персоналу сервісного підприємства до процесу створення та розвитку якості послуг; взаємодія сервісного підприємства з клієнтами та постачальниками по розвитку системи якості послуг.

Встановлено, що для системного розвитку бренд-менеджменту підприємства в сфері послуг актуальним є використання інструментарію управління та оптимізації якості послуг, а саме розгортання функції підвищення якості послуг; бенчмаркінгу якості послуг; системи якості послуг «0 дефектів»; FMEA-аналізу якості послуг; аналізу діяльності підрозділів; функціонально-вартісного аналізу якості послуг; системи підвищення якості послуг «точно вчасно».

На основі узагальнення підходів до управління якістю послуг визначено потребу стратегічного розвитку системи управління якістю послуг в сучасних динамічних макроумовах ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКИ, ОХОРОНА ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ»

2.1 Характеристика маркетингового середовища підприємства

Динамічний розвиток ринку охоронно-безпекових послуг в світі та Україні вимагає більш поглибленого аналізу маркетингового середовища функціонування сервісного підприємства на даному ринку. Саме від ефективності консолідації товарної політики в рамках існуючого маркетингового середовища ринку охоронно-безпекових послуг залежить стан та динаміка зміни конкурентної позиції підприємства на ринку та його стратегічні вектори розвитку в перспективі.

ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» діє з 2018 року, зареєстровано в м. Бориспіль Київської області (вул.Франка, 2), керівник – Петрухін О.С. Статутний капітал – 200 тис. грн.

Ключові види діяльності ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» на ринку охоронно-безпекових послуг:

- основний КВЕД – діяльність приватних охоронних служб;
- неосновні КВЕДи: бізнес в сфері охорони, бізнес по розслідуванням, загальне прибирання будівель, комплексне обслуговування будівель, юридичні послуги, оренда нерухомості.

Ключовими видами охоронно-безпекового бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» є:

- фізична охорона;
- пультова охорона;
- охорона цінностей;
- встановлення та сервіс охоронних систем.

В табл. 2.1 наведено SWOT- аналіз охоронно-безпекового бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств».

Таблиця 2.1

SWOT- аналіз охоронно-безпекового бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Автоматизовані системи охорони Гарний імідж Тривала робота на ринку Орієнтація на один цільовий сегмент	Відсутність єдиної системи контролю якості Втрата 2% клієнтів в 2020-2021 рр. Відсутність стратегії розвитку та системи управління послугами
Можливості	Загрози
Впровадження системи контролю якості Відслідковування лояльності клієнтів Анкетування	Зростання конкуренції на ринку Запровадження конкурентами додаткових безкоштовних охоронних послуг

Джерело: складено автором

SWOT- аналіз охоронно-безпекового бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на існування значних загроз для стабільного розвитку бізнесу за рахунок недооптимізованої системи управління якістю послуг.

Враховуючи особливість ринку охорони та безпеки, слід звертати увагу на ефективність реалізації послуг з точки зору відслідковування рівня задоволення клієнтів, а також виявлення проблемних аспектів при реалізації послуг. Дані дії в стратегічній перспективі повинні забезпечити розвиток системи бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки, тобто формування позитивного іміджу у наявного та потенційного сегменту цільових клієнтів, які мають потребу в отриманні якісних послуг з безпеки та охорони [50].

Маркетингове середовище даного ринку характеризується наступними трендами та особливостями:

- зростання попиту на охоронні та безпекові послуги на рівні високого стану криміногенності в країні;

- впровадження автоматизованих систем охорони, спостереження, оповіщення та реагування по ризики стосовно безпекових аспектів;
- наявність високої частки впливу держави на ринок та ціноутворення, оскільки одним з провідних гравців на ринку є державна поліція охорони, що має державний ресурс для конкурентного розвитку та високий рівень географічної локалізації безпекових послуг (фактично по всій країні);
- значний вплив на вартість охоронно-безпекових послуг має як стан конкуренції, так і загальні макроекономічні фактори – конкурентний рівень оплати праці для персоналу фізичної та пультової охорони; рівень інфляції, ціни на безпекові системи, які в значній мірі мають імпордне походження, отже, в ціновій політиці залежать від рівня мита та курсу іноземної валюти;
- на стан зростання попиту на охорону впливає не лише стан криміногенної ситуації в країні, але й активна рекламна компанія охоронних послуг, стан доходів населення та рівня поширення інтернет як ключової комунікаційної складової в рамках технологічної реалізації систем охорони та безпеки;
- наявність понад 6 тисяч учасників ринку, що робить його абсолютно конкурентним; географічна локалізації охоронних послуг дрібними учасниками ринку;
- використання на ринку «власних» охоронних фірм великими підприємствами, що теоретично підвищує рівень конкуренції, проте на практиці мінімізує доступ окремих дрібних учасників ринку до потенціалу охорони великих підприємств;
- диверсифікований склад послуг: від пультової та фізичної охорони до інкасації грошових коштів та охорони бізнесу від рейдерських дій третіх осіб;

- високі темпи зростання ринку, оскільки при середній світових темпах росту ринку охоронно-безпекових послуг в 5-7%, в Україні аналогічний показник коливається в межах 15-20%;
- зміна структури надаваних послуг від окремих індивідуальних послуг – до комплексної охорони з включенням встановлення охоронних систем та їх подальшого абонементського обслуговування охоронними компаніями;
- диференціація рівня лояльності та ціни послуги в залежності від швидкості реагування (швидкості доїзду на виклик);
- існування тісного зв'язку між ціною послуги та рівнем рентабельності діяльності охоронної фірми, а також якістю охоронної послуги по часовим та безпековим параметрам;
- вплив технологічної автоматизації на ефективність та якість послуг, формування колективного рівня безпеки при комплексному обслуговування окремих географічних локацій;
- значний вплив діджиталізації на склад, структуру та динаміку розвитку ринку охоронно-безпекових послуг як з клієнтської, так і з технологічної точок зору, що дозволяє покращувати не лише маркетингові, але й економічні та технологічні параметри якості охоронно-безпекових послуг [50].

На ринку охоронних послуг рішення про вибір сервісного підприємства не завжди базується на ціновому факторі, оскільки конкуренція в даному сегменті досить висока, більшість підприємств при визначенні ціни орієнтуються на середньо ринкові пропозиції. В даному випадку на перше місце при виборі охоронного підприємства виходить якість послуг, тобто сукупність властивостей, які за задумом клієнта повинні максимально ефективно задовольнити потребу в охороні та безпеці.

Головними трендами сучасного ринку послуг охорони та безпеки є:

- зростання рівня конкуренції;
- орієнтація на ринкове ціноутворення;

- диверсифікація продуктового портфеля послуг з охорони;
- збільшення рівня платоспроможного попиту, особливо в сегментах особистої охорони та захисту цінностей;
- орієнтація цільової клієнтури на якість послуг з охорони та безпеки, оскільки даний сегмент сервісних послуг є досить специфічним і вузькопрофільним [50].

Проведене узагальнення особливостей маркетингового середовища ринку охоронно-безпекових послуг вказує на високий рівень його диверсифікації за складом та структурою пропонованих послуг, регіональним та центральним представленням сервісних підприємств в рамках конкурентного ринку, активною маркетинговою політикою для досягнення проведених позицій на ринку, синтезом цінової та товарної політики з метою нарощення конкурентних переваг.

2.2 Аналіз особливостей управління якістю послуг на підприємстві ТОВ «Управління безпеки, охорона приватних підприємств»

В даний час одним з лідерів охоронних послуг на ринку охорони та фізичної безпеки в столиці України є ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств». ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» працює в дані і й сфер близько 3 рок і в та має близько 7% ринку охорони та фізичної безпеки в столиці України.

Ключовими видами бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» є діяльність приватних охоронних структур, діяльність в області систем охорони та безпеки, детективна діяльність, комплексне обслуговування об'єкт охорони. Станом на 2021 р. на ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» працює понад 120 осіб, в тому числі в сфери фізичної охорони та безпеки 102 особи, що вказує на середній розмір даного охоронного підприємства [11].

ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» функціонує в м. Київ і надає послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам,

супроводу цінних вантажів, особистої охорони, пультової охорони. Таким чином, ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» функціонує як на корпоративному, так і в індивідуальному сегментах послуг з безпеки [11].

ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» використовує ринковий підхід при ціноутворенні, тобто оформлює ринкову пропозицію під кожного клієнта з урахуванням специфіки послуги, собівартості їх надання та ринкового рівня цін на аналогічні послуги.

Ключовими конкурентами ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ є: ТОВ «Шериф», ТОВ «ТопГард», ТОВ «Гарбіс», ТОВ «К-19».

Для кількісної оцінки стану конкуренції та факторів формування лояльності клієнтів на ринку охорони автором було проведено анкетування серед клієнтів ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», ТОВ «Шериф», ТОВ «ТопГард», ТОВ «Гарбіс», ТОВ «К-19» в квітні-травні 2021 р. Обсяг вибірки 200 осіб, похибка не більше 1,5%. Форма анкети наведена в додатку А. Проведене опитування серед клієнтів ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» дозволило визначити наступні пріоритетні фактори вибору охоронної фірми:

- досвід на ринку;
- відгуки про діяльність;
- ціна;
- ширина сервісних послуг;
- швидкість реагування;
- географічна локація розміщення груп швидкого реагування;
- програми лояльності.

Проведемо рейтингову оцінку охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ з урахуванням опитування клієнтів за 5 бальною шкалою, де 5 – найкраща оцінка якості охоронних послуг за певним критерієм порівняння, а 1 – найгірша оцінка. Для всебічного аналізу обрано як об'єкти фактори оцінки – досвід роботи, ціна на

послуги, ширина лінійки послуг, так суб'єктивні параметри – відгуки, програма лояльності, швидкість реагування. Оцінка охоронних підприємств була проведена автором на основі анонімного анкетування споживачів охоронних послуг ТОВ «Шериф», ТОВ «ТопГард», ТОВ «Гарбіс», ТОВ «К-19» в м. Київ в квітні 2021 р. методом вибіркового опитування (анкетування).

Таблиця 2.2.

Рейтингова оцінка охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ

	ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»	ТОВ «Шериф»	ТОВ «ТопГард»	ТОВ «Гарбіс»	ТОВ «К- 19»
Досвід на ринку	3	5	5	3	3
Відгуки про діяльність	4	4	5	4	5
Ціна	4	4	3	5	5
Ширина сервісних послуг	3	4	5	5	3
Швидкість реагування	5	5	3	4	3
Географічна локація розміщення груп швидкого реагування	4	4	5	4	3
Програми лояльності	4	5	4	3	3
Всього	27	31	30	28	25

Джерело: складено автором

На основі рейтингової оцінки охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ встановлено, що 1 місце займає ТОВ «Шериф» (31 з 35 балів), на 2 місці перебуває ТОВ «ТопГард» (30 з 35 балів), на 3 місці – відповідно ТОВ «Гарбіс» - 28 з 35 балів, на 4 місці - ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» (27 з 35 балів), на 5 місці – ТОВ «К-19» (25 з 35 балів). Враховуючи диференційований вплив чинників на рівень лояльності клієнтів в сфер послуг охорони та безпеки доцільно проранжувати фактори вибору охоронної фірми за вагою:

- досвід на ринку – 0,11;
- відгуки про діяльність – 0,24;
- ціна 0,10;
- ширина сервісних послуг – 0,15;
- швидкість реагування – 0,15;
- географічна локація розміщення груп швидкого реагування 0,13;
- програми лояльності – 0,12;

Зважена оцінка брендингу охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ наведена в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Зважена оцінка брендингу охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ

	Вага	ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»	ТОВ «Шериф»	ТОВ «ТопГард»	ТОВ «Гарбіс»	ТОВ «К-19»
Досвід на ринку	0,11	0,33	0,55	0,55	0,33	0,33
Відгуки про діяльність	0,24	0,96	0,96	1,2	0,96	1,2
Ціна	0,10	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5
Ширина сервісних послуг	0,15	0,45	0,6	0,75	0,75	0,45
Швидкість реагування	0,15	0,75	0,75	0,45	0,6	0,45
Географічна локація розміщення груп швидкого реагування	0,13	0,52	0,52	0,65	0,52	0,39
Програми лояльності	0,12	0,48	0,6	0,48	0,36	0,36
Всього	1,00	3,89	4,38	4,38	4,02	3,68

Джерело: складено автором

Інтегральний метод оцінки бренду охоронного підприємства за сукупністю факторів, як зважені на вагу, дозволяє більш повно та об'єктивно визначити

пріоритети розвитку системи якості підприємств даної сервісної сфери. Ключовими факторами при оцінці якості охоронних послуг виявилися - відгуки про діяльність; ширина сервісних послуг; швидкість реагування. Менший вплив на брендинг охоронної фірми мають - географічна локація розміщення груп швидкого реагування; програми лояльності; досвід на ринку; ціна [50].

Зважена оцінка брендингу охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ розрахована з урахуванням ваги та рейтингової оцінки окремої охоронної фірми (рейтинг * вага фактора). Для більш наочної інтерпретації зваженої оцінки брендингу охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ на рис. 2.1 наведено багатокутник бренду охоронних підприємств.

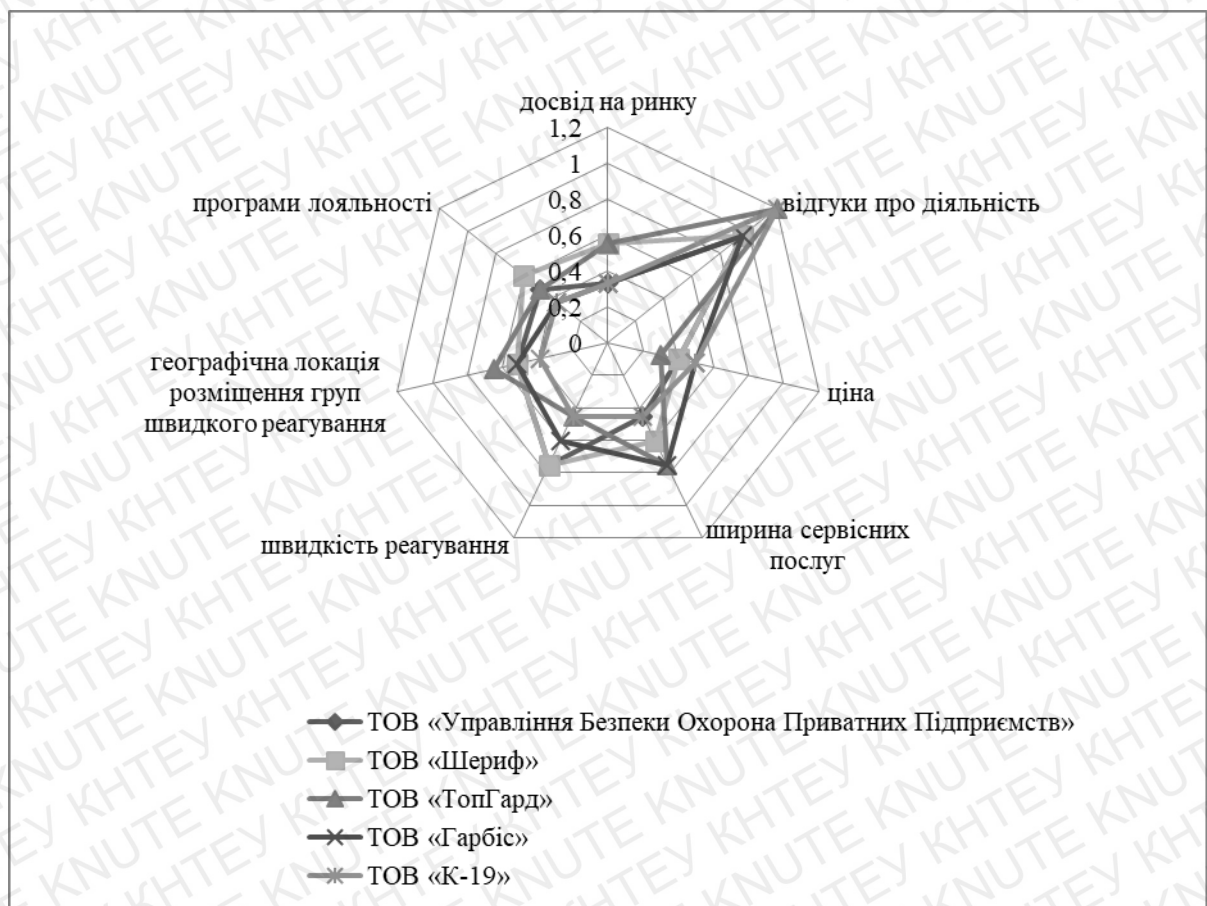


Рис. 2.1. Багатокутник бренду охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ, балів

Джерело: складено автором

Зважена оцінка брендингу охоронних підприємств на ринку послуги фізичної охорони юридичним та фізичним особам в м. Київ вказує на схожі оцінки рівня брендингу, оскільки ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» також перебувало на 4 місці серед 5 аналізованих охоронних підприємств (з показником 3,89 балів з 5 – 78% від максимальної оцінки бренду). Зокрема, ТОВ «Шериф» і ТОВ «ТопГард» мали по 4,38 балів з 5 (88% від максимальної оцінки бренду), на 3 місці було ТОВ «Гарбіс» - 4,02 балів з 5 (80% від максимальної оцінки бренду), аутсайдером оцінки було ТОВ «К-19» - 3.68 балів з 5 (74% від максимальної оцінки бренду) [50].

В даний час в ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» відсутня система оцінки якості послуг, а зворотній зв'язок після їх надання між менеджером та клієнтом носить несистемний та фрагментарний характер, що значно звужує потенціал ринкового росту підприємства за рахунок використання його бренд-менеджменту. В той же час на ринку послуг з охорони та безпеки провідну роль відіграє саме імідж та схвальні відгуки клієнтів при просуванні стратегії розвитку та впровадженні нових послуг підприємствами [46].

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОВ «УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКИ, ОХОРОНА ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ»

3.1 Напрямки вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства

На основі узагальнення сучасних проблем управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» встановлено існування стратегічних прогалин в сфері організації та контролю якості послуг, а саме:

- відсутні уніфіковані механізми оцінки якості послуг;
- слабким є зворотній зв'язок менеджера та клієнта після надання послуг (у випадку їх одиничного характеру) та в рамках постійного обслуговування;
- за результатом виявлених проблемних ситуацій керівництво компанії не вживало радикальних заходів по коригуванню товарної чи комунікаційної політики;
- відсутнє єдине покладання обов'язків по контролю якості послуг на окремого працівника або відділ.

Дані стратегічні прогалини в процесі управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» значно скорочують потенціал росту бізнесу та погіршують ринкову позицію підприємства [50].

З метою розвитку бренд-менеджменту ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» за рахунок управління якістю послуг з безпеки актуальним є:

- впровадження посади контролера якості послуг з безпеки та охорони, який буде підпорядковуватися керівнику та проводити постійний моніторинг рівня лояльності клієнтури;
- розробка анкет опитування клієнтів про якість послуг та потенційні проблемні моменти їх надання;
- участь контролера з якості послуг охорони в виставках, конференціях на профільну тематику;
- аналіз контролером з якості послуг інновацій, які впроваджують провідні охоронні фірми-конкуренти ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» [50].

Для покращення системи управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» запропоновано реалізувати інвестиційний бренд-проект надання в безкоштовну оренду охоронного обладнання ТМ Аякс, що гарно зарекомендувало себе на ринку охоронного обладнання, при цьому подібні проекти вже реалізують ключові конкуренти компанії ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», що може призвести до втрати частини клієнтів в стратегічній перспективі без реалізації даного проекту.

Впровадження в життя даного інвестиційного бренд-проект ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», на нашу думку, дозволить досягти наступних цілей:

- збільшити чисельність клієнтів;
- наростити виручку від реалізації охоронних послуг за рахунок їх фізичного обсягу;
- покращити за рахунок продуманої маркетингової політики лояльність існуючого сегменту клієнтів та потенціал роботи з новими клієнтами;
- отримати додатку ринкову частку ринку;
- забезпечити більш тісний зворотній зв'язок між менеджментом компанії та цільовим сегментом;
- отримати додатковий чистий прибуток [50].

Узагальнення реалізації інвестиційного бренд-проекту ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» наведено на рис. 3.1.

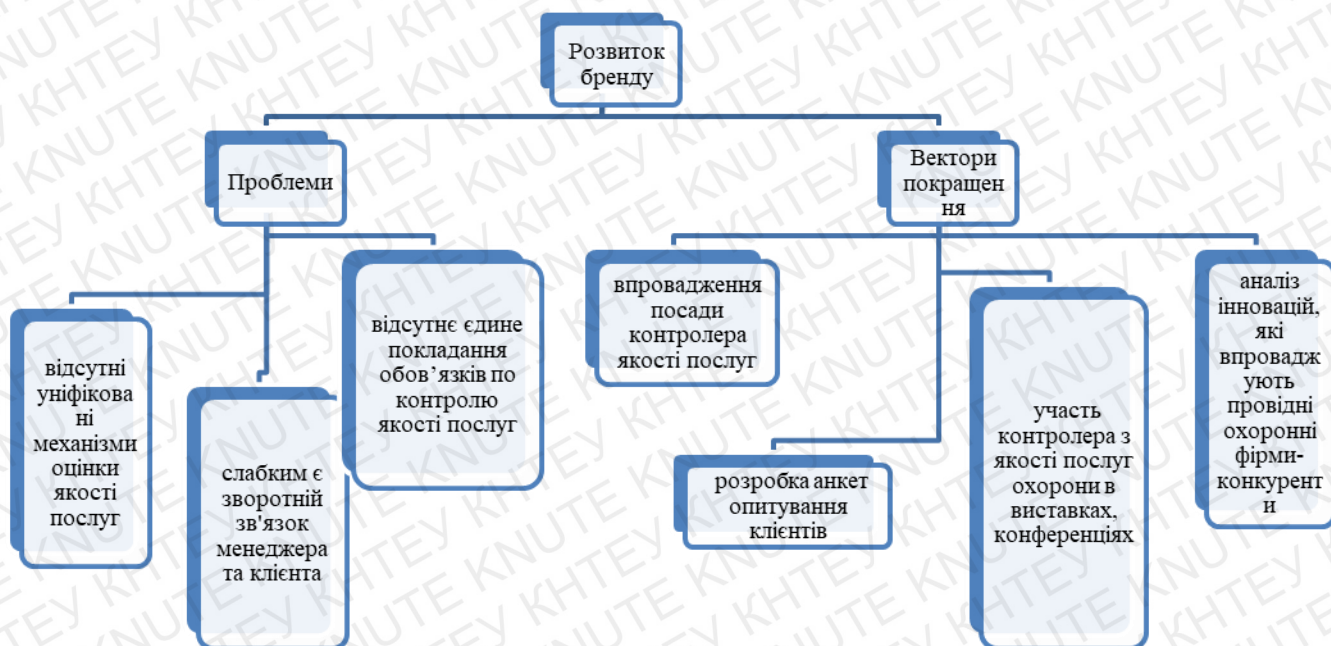


Рис. 3.1. Узагальнення реалізації інвестиційного бренд-проекту ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»

Джерело: запропоновано автором

Узагальнення реалізації інвестиційного бренд-проекту ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на потребу діагностики стану ефективності пропонуваніх заходів в діяльності підприємства.

Наведені пропозиції, на нашу думку, дозволять активізувати збут охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» за рахунок налагодження стійкого зворотного зв'язку з цільовою клієнтурою, більш повного виявлення її потреб та потенційних напрямків оптимізації як товарної структури послуг з безпеки і охорони, так і їх якості.

3.2 Оцінка ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства

Узагальнення напрямків вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства на прикладі реалізації інвестиційного бренд-проекту ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на потребу проведення оцінки ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства.

В даний час як фізичні, так і юридичні особи все більшу увагу приділяють встановленню систем охорони від ТМ Аякс, що дозволяє дистанційно управляти процесом охорони та максимально автоматизує всі охоронні функції. В базовій комплектації вартість системи охорони від ТМ Аякс складає близько 6000 грн. і не кожен клієнт хоче одразу купувати дану систему, тому для ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» запропоновано давати дану систему в безкоштовну оренду. Оцінка потенціалу ринку вказує, що існує можливість отримати 200 нових клієнтів на сервісне обслуговування за умови надання їх безкоштовно в оренду охоронного обладнання.

Аналітичні дані фірми свідчать, що за умови оптового придбання 2—комплектів в базовій комплектації вартість системи охорони від ТМ Аякс ціна за один комплекс може складати 5 тис. грн., а за всю партію – відповідно $5*200=1000$ тис. грн.

Господарською практикою передбачено монтаж обладнання ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» на платній основі в розмірі 600 грн. Дані витрати для клієнта є одноразовими, в той же час собівартість цієї послуги для фірми складає 200 грн. (транспортні витрати та витрати на оплату праці та ЄСВ для персоналу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»). Відповідно додатковий дохід від монтажу систем для 200 клієнтів складатиме для фірми $600*200=120$ тис. грн., а додаткові оперативні поточні витрати $200*200=40$ тис. грн.

Термін роботи обладнання до моменту його оновлення або переустановки за даними аналітичного відділу фірми складає 5 років, а ліквідаційна вартість 1 комплекту через 5 років складе 500 грн. Таким чином, річна амортизація 1

охоронної системи складатиме $(5000-500)/5=900$ грн. на 1 комплект і $900*200=180$ тис. грн. загалом.

Інвестиційні потоки за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Інвестиційні потоки за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», тис. грн.

Показник	0 рік	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
інвестиції	-1000					
амортизація		180	180	180	180	180
ліквідаційна вартість						100

Джерело: розраховано автором

Інвестиційні потоки за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вимагатимуть вкладення 1000 тис. грн., при цьому щорічна амортизація за проектом складатиме 180 тис. грн. Проект буде розраховано на 5 років, при цьому в 2021 році за даними середньої аналітики ринку середня ціна на обслуговування поточної сигналізаційної охорони складає 400 грн., і ціна щороку зростає на 20%. В 1 рік проекту доходи за проектом складатимуть $400*200=80$ тис. грн.

План доходів та витрат за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

План доходів та витрат за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», тис. грн.

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Доходи					
монтаж	120,00				
охорона	80,00	96,00	115,20	138,24	165,89
Витрати					
монтаж	-40,00				
охорона	-30,00	-34,80	-40,37	-46,83	-54,32
єдиний податок	-10,00	-4,80	-5,76	-6,91	-8,29
чистий прибуток	120,00	56,40	69,07	84,50	103,27

Джерело: розраховано автором

В той же час поточні витрати (на роботу системи, роботу кол-центра, швидких груп реагування, рекламу, інші витрати) на 1 нового клієнта в середньому в місяць складають 150 грн. та зростають на 16% щороку (більше рівня інфляції). В 1 рік проекту витрати за проектом складатимуть $150 \cdot 200 = 30$ тис. грн. Оподаткування буде на 3 групі платник ЄС – 5% від виручки від вартості послуг з охорони та монтажу

План доходів та витрат за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на зміну чистого прибутку від реалізації додаткових послуг з 120 тис. грн. в 1 рік проекту до 103,27 тис. грн. в 5 рік проекту.

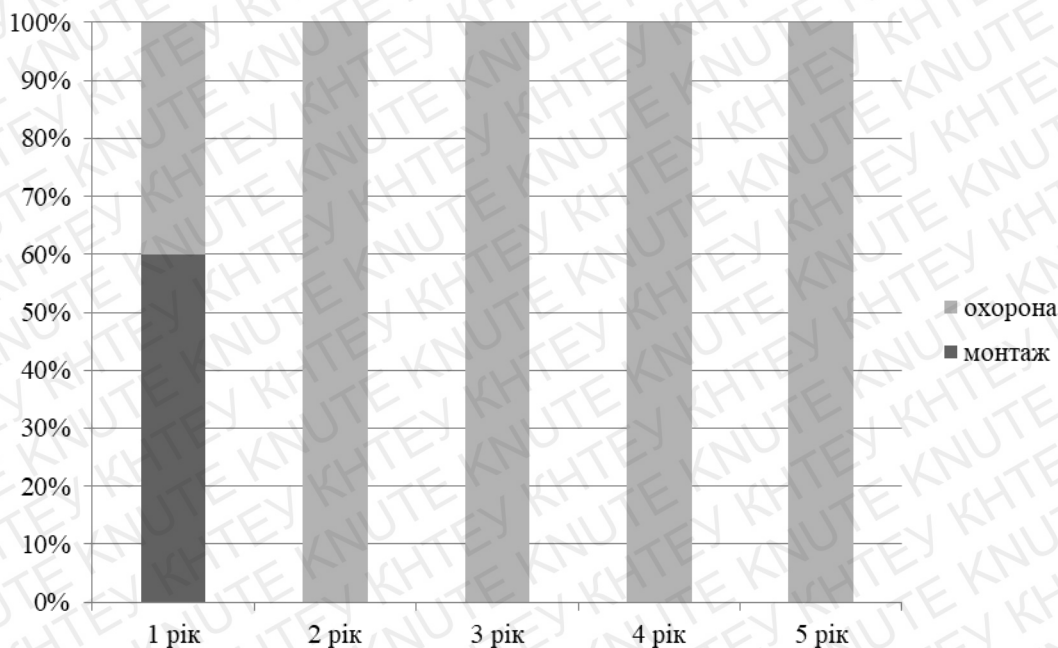


Рис. 3.2. Структура доходів за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», %

Джерело: розраховано автором

Для дисконтування грошових потоків в часі, оскільки проект буде реалізовано протягом 5 років, обрано ставку в 12% - як середню вартість

альтернативного розміщення коштів на депозит юридичною особою плюс відсоток реалізації ризику.

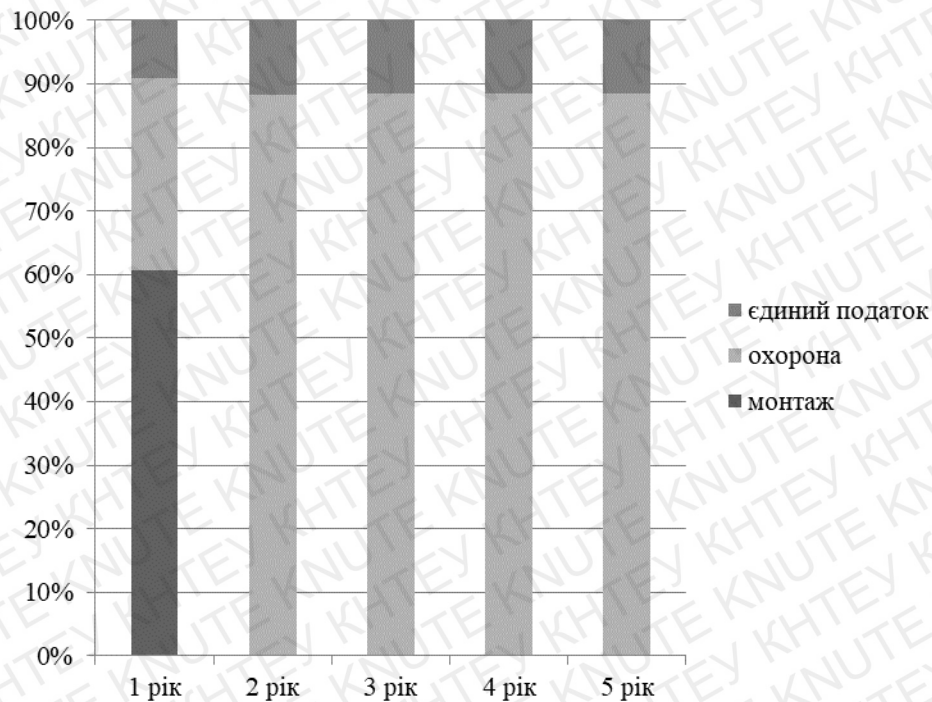


Рис. 3.3. Структура витрат за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», %
Джерело: розраховано автором

План дисконтування грошових потоків за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

План дисконтування грошових потоків ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», тис. грн.

	0 рік	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
інвестиції	-1000,00					
амортизація		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
ліквідаційна вартість						100,00
чистий прибуток		120,00	56,40	69,07	84,50	103,27
грошовий потік	-1000,00	300,00	236,40	249,07	264,50	383,27
Коефіцієнт дисконтування	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57
дисконтований чистий прибуток	-1000,00	267,86	188,46	177,28	168,09	217,48
Npv	-1000,00	-732,14	-543,69	-366,40	-198,31	19,17

Джерело: розраховано автором

В складі доходів від послуг переважають доходи від поточного обслуговування охоронної системи ТМ Аякс, а в складі витрат – відповідно витрати на дане обслуговування (рис. 3.2-3.3).

План дисконтування грошових потоків ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на економічну доцільність даного проекту, оскільки в результаті його реалізації (рис. 3.4) чистий накопичений дисконтований грошовий потік складе 19,17 тис. грн.

Чистий накопичений дисконтований грошовий потік за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» наведено на рис. 3.4.

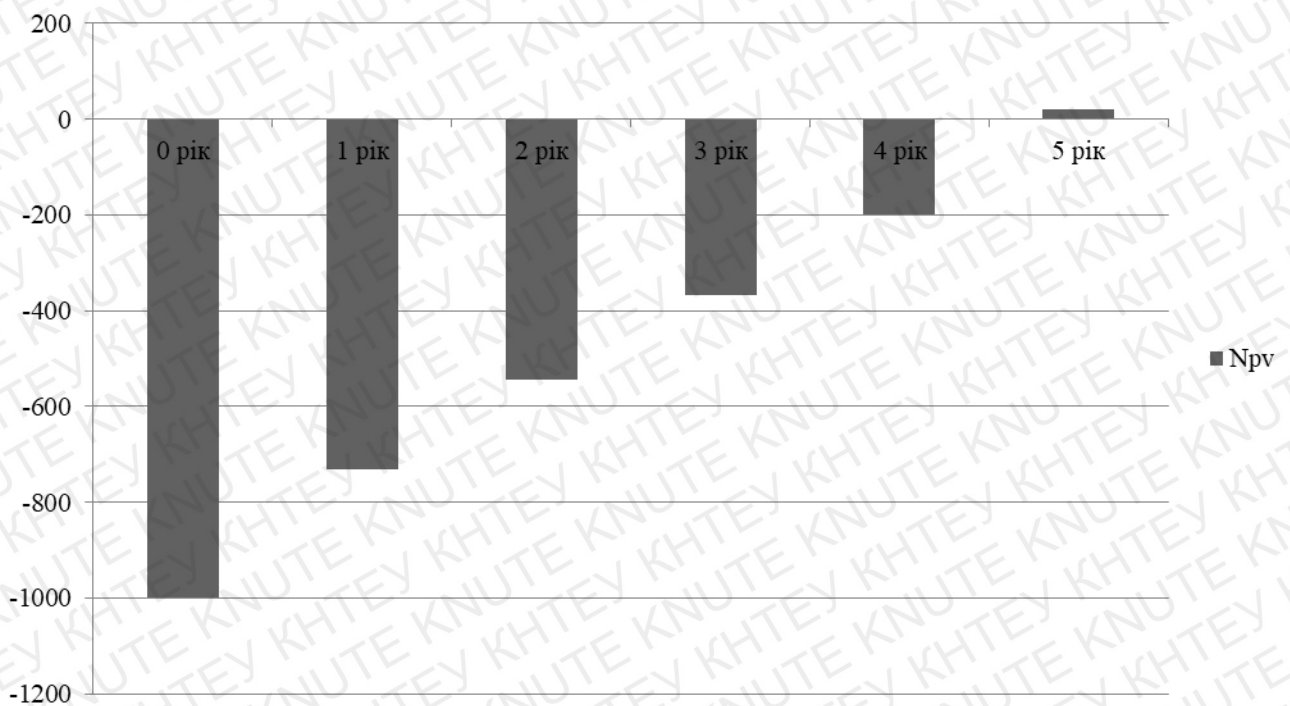


Рис. 3.4. Чистий накопичений дисконтований грошовий потік за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств», тис. грн.

Джерело: розраховано автором

Рентабельність інвестицій за проектом покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»:

$$P_i = 19,17 / 1000 * 100 = 1,92\%$$

Отже, на 100 грн. інвестованих коштів в проект покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» буде отримано 1,92 грн. чистого дисконтованого прибутку.

Дисконтована тривалість окупності проекту покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» складе:

$DTO = 1000 / (1019,17 / 5) = 4,90$ року, тобто за даний будуть повністю окуплені інвестиції, які були вкладені в проект покращення якості охоронних послуг ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств».

Проведена оцінка ефективності запропонованих рекомендацій вдосконалення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» вказує на економічну доцільність запропонованих заходів та покращення загального ефекту від концептуальних змін в сфері політики управління якістю послуг даного виду бізнесу.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів забезпечення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки та визначення резервів їх оптимізації в стратегічній перспективі стосовно окремих аспектів управління якості безпекових послуг (за матеріалами ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств») надало змогу зробити наступні висновки та пропозиції.

На основі узагальнення теоретико-методичних та практичних аспекти забезпечення управління якістю послуг в системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки встановлено, що під якістю послуг слід розуміти формалізовані стандарти реалізації послуг з охорони та безпеки, які мають хронологічні, фактичні та вимірюванні індикатори оцінки. В умовах конкурентного ринку охоронних послуг саме від якості їх реалізації залежить ефективність бізнесу підприємства та його стратегічний ринковий успіх.

Аналіз системи управління якістю послуг охорони проведено за матеріалами ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» методом анкетування клієнтів даної фірми та фірм-конкурентів. Встановлено, що в даний час на підприємстві відсутня система контролю управління якістю, що призводить до втрати близько 2% існуючих клієнтів на рік, при цьому негативно дана ситуація також впливає і на загальну ринкову конкурентоспроможність бізнесу фірми, оскільки значний притік клієнтів забезпечує саме рекомендації існуючих клієнтів та гарна ділова репутація, особливо з урахуванням специфіки розвитку бізнесу на ринку безпеково-охоронних послуг.

Для цього в рамках охоронної фірми доцільно сформувати відділу (посаду) з оцінки якості послуг безпеки та охорони та проводити періодичний моніторинг стану якості послуг, рівня лояльності клієнтів, проблемних аспектів реалізації даних сервісних послуг. В стратегічній перспективі даний зворотній зв'язок дозволяє охоронним підприємствам забезпечувати зростання рівня лояльності

персоналу та розвитку системи бренд-менеджменту, оскільки в рамках даного галузевого ринку саме бренд та відгуки клієнтів є ключовими факторами прийняття рішення про вибір охоронної фірми.

В рамках реалізації векторі розвитку безпекового бізнесу підприємствах важливо вибудувати продуману стратегічну систему бренд-менеджменту, що буде базуватися на оцінці ринкового стану лояльності клієнтів до підприємства сфери безпеки, аналізі відповідних бренд-менеджментових стратегій ключових та потенційних конкурентів, пошуку потенціалу оптимізації бренду та розробленні плану дій в стратегічному, тактичному та оперативному зрізі. Дана продумана брендова політика є основою успішного розвитку безпекового бізнесу. Для ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» актуальним буде відповідне коригування політики управління якості та загальної товарної стратегії розвитку бізнесу сервісного підприємства.

Ключовими індикаторами якісного управління бренд-менеджменту стосовно бізнесу ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»: зростання частки ринку охоронних послуг; збільшення частоти зворотного зв'язку від клієнтів стосовно якості, цін та товарного асортименту охоронних послуг; нарощення загального розміру виручки, чистого прибутку та відповідних показників на 1 клієнта (зростання середнього чеку послуг); збільшення результативності маркетингово-збутових зусиль ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств».

Наведені пропозиції по формуванню проекту надання безкоштовної оренди охоронного обладнання дозволять значно наростити рівень лояльності клієнтів та посилити ринкову позицію за рахунок коригування стратегії розвитку управління якістю в ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук М. С. Маркетингове оцінювання бренду України / М. С. Андрощук, І. О. Дейнега, Л. О. Шелюк // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки. - 2015. - № 1. - С. 21-26.
2. Артеменко В.С., Ольшанський О.В. Проблеми управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. У 2-х ч. Ч. 2 / ХДУХТ. Харків, 2013. Вип. 2 (18). С. 253-258.
3. Білокриницька К. В. Методичні аспекти розвитку бренду компанії-роботодавця на прикладі дп "мелексис-Україна" / К. В. Білокриницька, С. Г. Фірсова. // Ефективна економіка. - 2018. - № 10.
4. Божок А. Теоретико-методичні засади бренд-менеджменту компаній. Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія : Економіка і управління. - 2018. - Вип. 41(1). - С. 125-130.
5. Болквадзе Н. І. Стандартизація системи управління якістю. Молодий вчений. - 2020. - № 4(2). - С. 312-315.
6. Віткін Л. Побудова ефективної системи управління якістю органу сертифікації на основі моделі якості сертифікаційних послуг та моделі визначення рівня задоволеності замовника / Л. Віткін, Г. І. Хімичева // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Технічні науки. - 2013. - № 4. - С. 181-191.
7. Вежель Л. Стан синтетичних реальностей: безпекові аспекти бренду / Л. Вежель // Evropský politický a právní diskurz. - 2020. - Sv. 7, Vyd. 5. - С. 197-201.
8. Гуржій Н. М. Впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність ГК "Полетехніка". Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку. - 2019. - Вип. 1. - С. 39-44.

9. Гуцалюк О. М. Впровадження міжнародних стандартів в системи управління якістю на підприємствах сфери інжинірингових послуг. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2020. - № 4. - С. 134-139.
10. Давидов В.В. Вимірювання рентабельності інвестицій в Інтернет-маркетингу: всі аспекти правильної аналітики. Маркетинг і фінанси. 2013. С. 98–115.
11. Дерев'янка О. А. Сторітелінг бренду як фактор набуття цінності продукту (на прикладі компанії "Nike") / О. А. Дерев'янка, Т. В. Іванова // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2019. - № 3. - С. 98-102.
12. Дядик Т. В. Брендинг та інтернет-брендинг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства / Т. В. Дядик // Економічний простір. - 2020. - № 156. - С. 124-128.
13. Зборовська О. М. Систематизація існуючих наукових підходів до розвитку бренду підприємства / О. М. Зборовська, О. Ю. Красовська // Інвестиції: практика та досвід. - 2019. - № 17. - С. 12-16.
14. Зяйлик М.Ф., Вівчар О.І. Процесний підхід до менеджменту якості // Іноваційна економіка. 2013. №1. С. 191-194.
15. Ковальчук О. А. Особливості позиціонування конкурентоспроможного бренду / О. А. Ковальчук // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економіка, управління та адміністрування. - 2018. - № 4. - С. 84-86.
16. Кузьміна Т. О. Удосконалення системи управління якістю послуг підприємств / Т. О. Кузьміна, Ю. В. Березовський, Л. О. Стрелюк // Товарознавчий вісник. - 2019. - Вип. 12. - С. 316-326.
17. Лисенко О.М. Системи управління якістю: особливості впровадження згідно з новою версією стандарту ISO 9001. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія : Економіка і менеджмент. 2016. № 1. С. 27–34.
18. Любчук В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. Соціологічні студії. - 2020. - № 1. - С. 57-63.

19. Мартякова О. В. Регулювання взаємодії ринків освітніх послуг та праці на основі механізму управління їх якістю / О. В. Мартякова, С. М. Снігова, О. В. Мудра // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - № 3. - С. 154-168.
20. Муллер М. В. Місце бренду у маркетинговому менеджменті підприємства. Молодий вчений. - 2018. - № 4(2). - С. 819-823.
21. Мунтян І. В. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду / І. В. Мунтян, К. Ю. Соколюк, Р. Р. Значек // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. - 2020. - № 2. - С. 46–55.
22. Паленний Ю. Г. Застосування ризик-орієнтованого підходу для розроблення документів систем управління якістю. Стандартизація. Сертифікація. Якість. - 2020. - № 4. - С. 11-16.
23. Парфенчук І. О. Методичні підходи до оцінки ефективності бренду в системі національного господарства / І. О. Парфенчук. // Ефективна економіка. - 2016. - № 4.
24. Пархоменко О. С. Методичний підхід до здійснення процедури бренд-менеджменту в організаціях некомерційного сектору. Соціальна економіка. - 2018. - Вип. 56. - С. 151-159.
25. Салюк А. П. Особливості створення бренду підприємства / А. П. Салюк // Чернігівський науковий часопис. Серія 1 : Економіка і управління. - 2018. - Вип. 1. - С. 78-81.
26. Селезньова О. О. Ділова репутація як визначальний фактор формування бренду підприємства / О. О. Селезньова, А. Ю. Стренковська, О. М. Євдокімова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. - Вип. 25(2). - С. 115-119.
27. Семенов В. Ф. Стандарти ISO серії 9000 і формування систем управління якістю на підприємствах сфери послуг / В. Ф. Семенов // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. - 2020. - Вип. 3. - С. 121-134.

28. Собко О. М. Перспективи входження вітчизняної молочної індустрії на ринок ЄС шляхом посилення конкурентоспроможності бренду / О. М. Собко, І. М. Бойчик // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 6(3). - С. 42-49.

29. Соболева Т. О. Забезпечення конкурентоспроможності бренду як нематеріального активу / Т. О. Соболева, Д. О. Стукало. // Ефективна економіка. - 2019. - № 1.

30. Танасійчук А. М. Засоби просування бренду в умовах рецесії / А. М. Танасійчук, С. О. Сіренко, О. Є. Громова. // Ефективна економіка. - 2020. - № 5.

31. Танасійчук А. М. Формування стратегії просування бренду засобами цифрового маркетингу / А. М. Танасійчук, С. О. Сіренко, В. В. Пневський // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. - 2020. - Вип. 1. - С. 161-167.

32. Траченко Л. А. Внутрішній аудит як засіб поліпшення систем управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг / Л. А. Траченко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2018. - № 4. - С. 181-192.

33. Траченко Л. А. Застосування соціально-орієнтованої концепції загального управління якістю на підприємствах сфери інжинірингових послуг / Л. А. Траченко // Підприємництво і торгівля. - 2019. - Вип. 25. - С. 99-105.

34. Траченко Л. А. Логіко-структурний аналіз проблем при формуванні систем управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг / Л. А. Траченко // Вісник Сумського державного університету. Серія : Економіка. - 2019. - № 3. - С. 16-25.

35. Траченко Л. А. Оцінювання ризиків у системах управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг / Л. А. Траченко // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. - 2018. - № 3. - С. 17-23.

36. Траченко Л.А. Системи управління якістю підприємств сфери інжинірингу: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2019. 378 с.

37. Траченко Л. А. Формування систем управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг: організаційно-методологічні аспекти / Л. А. Траченко // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. - 2019. - Вип. 3. - С. 12-26.

38. Траченко Л. А. Чинники впливу на формування та функціонування систем управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг / Л. А. Траченко // Інноваційна економіка. - 2019. - № 5-6. - С. 86-93.

39. Шедякова Т. Е. Бренд-менеджмент как маркер эффективности современного предприятия. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. - 2017. - Вип. 6. - С. 129-132.

40. Хадарцев О. В. Формування структури проєктного управління на основі стандартів управління якістю. Підприємництво та інновації. - 2019. - Вип. 10. - С. 100-106.

41. Червінська Л. І. Формування бренду івент-заходів як технологія просування вітчизняного образу / Л. І. Червінська // Питання культурології. - 2020. - Вип. 36. - С. 269-279.

42. Яцентюк С. В. Вплив атрибутів бренду на формування його цільового іміджу в нових ринкових і технологічних умовах / С. В. Яцентюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2020. - № 1. - С. 187-196.

43. Koval, V., Duginets, G., Plekhanova, O., Antonov, A., & Petrova, M. On the supranational and national level of global value chain management. Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2019. № 6(4). Pp. 1922–1937.

44. Koval V. Institutional determinants of state policy to regulate services markets. Social and legal aspects of the development of civil society institutions : collective monograph. Part II. BMT Erida Sp. z o.o., Poland. 2019. 228 p. (109–125).

45. Yankovyi, O., Goncharov, Yu., Koval, V., & Lositska, T. Optimization of the capital-labor ratio on the basis of production functions in the economic model of production. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. 2019. № 4. Pp. 134–140.

46. Сайт компанії ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubopp.org/> (дата звернення 2.04.2021).

47. Огляд ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-ohrannyh-uslug-kieva-2018-god>(дата звернення 10.08.2021).

48. Огляд ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://shen.ua/ru/obzor-i-analitika-otrasli/obzor-rynka-uslug-fyzycheskoj-ohrany-v-ukraينه/> (дата звернення 10.08.2021).

49. Огляд ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://thepage.ua/ua/experts/karantin-ta-rinok-bezpeki-chi-zminyatsya-pidhodi> (дата звернення 10.08.2021).

50. Смірнова І. Управління якістю послуг у системі бренд-менеджменту підприємства сфери безпеки. Маркетинг в умовах цифрової трансформації. Збірник наукових статей студентів КНТЕУ. 2021. Ч. 2. С. 320-325.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета

Доброго дня. Ми проводимо опитування відношення клієнтів до організації надання охоронних послуг. Будемо раді отримати від вас відповіді на наступні запитання. Всі анкети є конфіденційними.

1. Послугами якої фірми Ви користуєтесь:

- ТОВ «Управління Безпеки Охорона Приватних Підприємств»
- ТОВ «Шериф»
- ТОВ «Шериф»
- ТОВ «Гарбіс»
- ТОВ «К-19»
- іншої.

2. Що Ви цінуєте в якості послуг Вашої охоронної фірми?

- Досвід на ринку
- Відгуки про діяльність
- Ціна
- Ширина сервісних послуг
- Швидкість реагування
- Географічна локація розміщення груп швидкого реагування
- Програми лояльності

3. Ранжуйте оцінку ключових факторів вибору охоронної фірми від 1 до 5 (5 – краща оцінка):

	1	2	3	4	5
Досвід на ринку					
Відгуки про діяльність					
Ціна					
Ширина сервісних послуг					
Швидкість реагування					
Географічна локація розміщення груп швидкого реагування					
Програми лояльності					

Дякуємо за ваші відповіді.