

СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА СЕРВІС-ЦЕНТРУ

Робітницька К.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сервісне та гарантійне обслуговування техніки є невід'ємними елементами товарної політики. Вони являють собою послуги, які отримують покупці до і після придбання того чи іншого товару. Одним із вирішальних факторів при виборі продукту споживачем є те, яку сервісну підтримку обіцяє фірма-виробник після продажу певного продукту.

Даний фактор особливо важливий при покупці високотехнологічної продукції: електро побутових приладів, техніки та електроніки, будівельних матеріалів, та автомобілів, тобто в тих областях, де поломка або заводський брак означає неможливість використання продукту за його прямим призначенням або перешкоджає цьому.

Сучасний ринок сервісного обслуговування техніки стрімко розвивається. Висока конкуренція на ринку сервісних послуг вимагає постійного розвитку та покращення роботи. Саме тому крім звичайних майстерень на ринку сервісного обслуговування все більшої популярності набувають сервіс-центри, в тому числі авторизовані сервіс-центри, які тісно пов'язані з фірмами-виробниками техніки. Високий рівень обслуговування в таких центрах неможливо підтримувати без впровадження в бізнес-процес інформаційних технологій.

Для авторизованих сервіс-центрів важливою складовою бізнес-процесу є взаємодія з фірмами-виробниками техніки, яка повинна ґрунтуватися на точній своєчасній і достовірній інформації.

В більшості сервіс-центрів прийом і оформлення заявок, реєстрація клієнтів, облік техніки, контроль надання послуг, а також складання документації входять в обов'язки менеджера, який оформлює документацію та веде облік робіт з ремонту та обслуговування техніки частково у програмі Microsoft Excel, а частково вручну.

З такою організацією роботи менеджера може виникнути ряд проблем: надмірні витрати часу на ведення документації, відсутність оперативного контролю за надходженням і опрацюванням заявок, за рівномірністю завантаженості майстрів, можливість несвоєчасного інформування клієнта про завершення ремонту техніки тощо.

Ці проблеми призводять до зниження ефективності роботи працівників сервіс-центру, що в свою чергу веде до зниження конкурентоспроможності підприємства на ринку сервісних послуг, невдоволенню клієнтів, а згодом і їх втраті.

Розробка власної інформаційної система дозволить автоматизувати рутинні процеси при роботі менеджера, підвищити продуктивність праці співробітників сервіс-центру, якість і швидкість обслуговування клієнтів, скоротити час на пошук і опрацювання необхідної інформації, підвищити ефективність взаємодії з фірмами-виробниками.