
ЭКОНОМИКА СЕРВИСА

SERVICE ECONOMY

УДК 338.46
ББК 65.206-823.2
А 16

С.С. Абрамов

Аспирант кафедры организации производства и управления Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса, г. Шахты. Тел.: (8636) 26 31 90, e-mail: rossmv@mail.ru.

Оценка качества услуг с учетом позиции потребителя (Рецензирована)

Аннотация. Развитие сферы услуг является одним из направлений модернизации современной России. Одним из показателей конкурентоспособности предприятий сферы услуг является качество оказываемых услуг. Понятие качества в сфере услуг является комплексным и часто определяется удовлетворенностью потребителя. В статье представлена методика оценки качества услуг, учитывающая результаты оказания услуги и удовлетворенность потребителя обслуживанием.

Ключевые слова: сфера услуг, качество услуг, сервис, характеристики услуг.

S.S. Abramov

Post-graduate student of the Department of the Organization of Manufacture and Management, the South-Russian State University of Economy and Service, Shakhty. Ph. (8636) 26 31 90, e-mail: rossmv@mail.ru.

Estimation of quality of services considering a consumer's view

Abstract. Development of service sphere is one of directions of modernization of contemporary Russia. One of the parameters of competitiveness of the service enterprises is quality of rendered services. The concept of quality in sphere of services is complex and is often defined by satisfaction of the consumer. The paper provides the technique of an estimation of quality of services, considering the results of rendering service and satisfaction of the consumer by servicing.

Keywords: sphere of services, quality of services, service, characteristics of services.

Качество услуг, предоставляемых российскими фирмами, остается одной из серьезных проблем развития сферы сервиса. Это существенный сдерживающий фактор эволюции всей национальной экономики, если учитывать роль сферы услуг и ее удельный вес в экономике ведущих стран. Кроме того, удовлетворенность, лояльность клиентов является важнейшим конкурентным преимуществом любой компании, что в особенности характерно для сферы обслуживания.

При этом цели повышения качества услуг разнообразны для различ-

ных субъектов рынка (рис. 1).

Мы исходим из того, что качество определяет совокупность характеристик услуги, позволяющих удовлетворить установленные и планируемые потребности [1].

При этом надо отметить, что оценка качества услуг — одна из самых сложных проблем современной науки. Многие из характеристик качества услуг не имеют количественной меры. Трудность определения качества услуг определяется особенностями услуг, в том числе их неосвязаемостью.



Рисунок 1. Цели повышения качества услуг

К основным особенностям оценки качества услуг можно отнести следующие:

- качество услуг сложно оценить количественно;
- мала достоверность предварительной аттестации показателей качества услуги;
- услуги не складываются, а оперативно получают клиентом;
- услуги не имеют материального воплощения;
- качество услуги оценивается комплексно, т.е. по всем показателям качества [2].

Существует несколько подходов к определению качества услуг. Отметим, что понятие «качество» является многогранным. Оно включает качество организации, экономических расчетов, технологического оборудования и технологии производства, экологических параметров, социально-психологических отношений, этических норм, правовых, политических отношений. Каждая составляющая качества вносит свой вклад в общее качество предоставленных услуг [3].

В стандарте РФ ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» установлена следующая номенклатура основных групп показателей качества по характеризующим ими свойствам услуг:

- 1) показатели назначения;
- 2) показатели безопасности;
- 3) показатели надежности;
- 4) показатели профессионального уровня персонала.

В стандарте указывается, что при оценке уровня качества услуг необходимо учитывать также экономические показатели, характеризующие стоимость услуги, затраты на ее разработку и предоставление.

Для оценки качества различных услуг используются соответствующие перечни показателей качества. Номенклатура показателей качества — перечень качественных или количественных характеристик, обеспечивающих возможность оценки уровня качества услуг. Для выбора номенклатуры показателей качества услуг необходимо определить:

— группу (вид) однородных услуг. Устанавливают на основании межотраслевых и отраслевых документов, классифицирующих услуги по назначению и условиям применения;

— наименование (содержание) услуги;

— цель применения номенклатуры показателей качества услуг (управление качеством).

Для формального описания качества услуги целесообразно использовать показатели качества, приведенные в таблице 1 [4].

Таблица 1

Показатели качества услуг

Показатель	Краткое описание
Надежность	Способность выполнить обещанные услуги в установленном объеме.
Своевременность	Предоставление услуги в необходимые клиенту или оговоренные сроки.
Длительность	Период времени обслуживания потребителя с его участием или срок, в течение которого услуга выполняется без его участия.
Материальность	Восприятие помещений, наличие необходимого оборудования, внешний вид персонала и другие физические свидетельства услуги.
Технологичность	Особенности протекания технологического цикла выполнения услуги и некоторых ее физико-технических характеристик (звук, освещение и др.).
Отзывчивость	Искреннее желание помочь клиенту и быстрое оказание ему услуги.
Профессиональность	Численный состав сотрудников, участвующих в процессе обслуживания, а также профессионально-квалификационные характеристики, включая умение, мастерство, опыт, коммуникабельность.
Полнота	Предоставление клиенту услуги в полном объеме.
Безопасность	Гарантия того, что услуга не причинит вреда здоровью и имуществу клиента.
Уверенность	Воспринимаемая компетентность и вежливость, уровень культуры и образования персонала. Формируемое доверие организации и персонала к себе.
Сопереживание	Доступность (физический и психологический контакт с сотрудниками должен быть легким и приятным), коммуникативность (фирма информирует потребителей об услугах на понятном им языке), понимание (стремление лучше понять специфические потребности клиента и приспособиться к ним).
Информационность	Информационное обеспечение потребителя относительно важнейших особенностей услуги, ее результатов и т.п.
Экологичность	Экологические характеристики услуги, процесса обслуживания.
Эстетичность	Комфортность обстановки обслуживания, внешнее оформление товара, дизайн интерьера.

Качество услуги складывается на основе синтеза качеств используемых для предоставления услуги технических средств, других материальных объектов и качества уровня предлагаемого потребителю сервиса [4].

В связи с этим автор предлагает упростить процедуру оценки качества услуги и выделить в понятии «качество услуги» две стороны: качество результата и качество сервиса, что представлено на рисунке 2 (предложено автором).

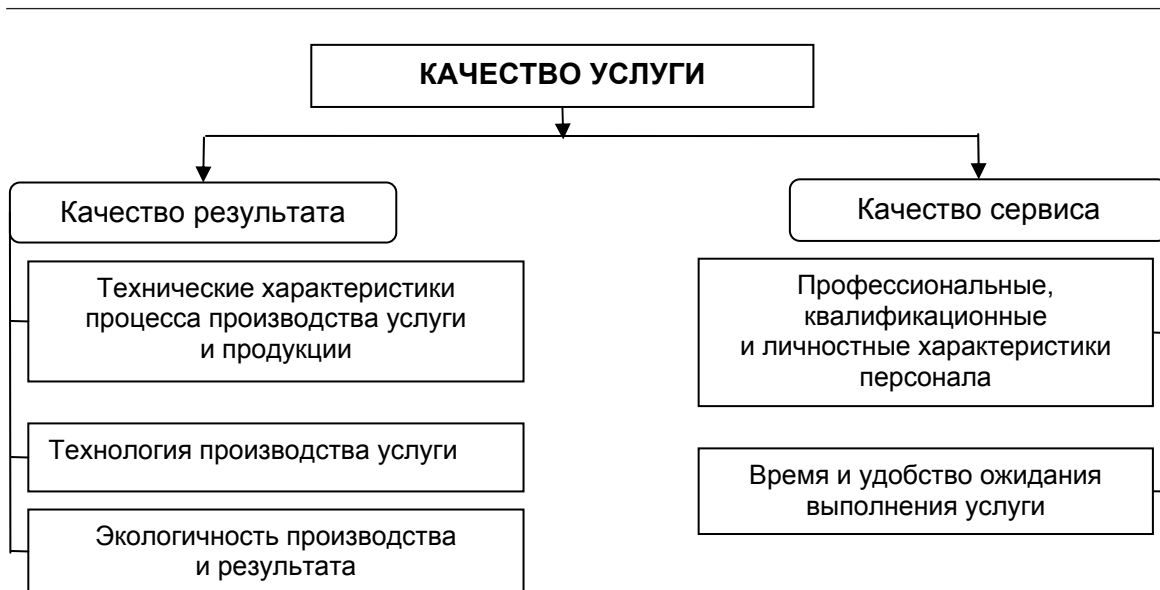


Рисунок 2. Элементы, составляющие понятие «качество услуги»

Таким образом, необходимо определять качество услуги как совокупную оценку качества результата (продукции) и качества сервиса (обслуживания).

Определяя качество услуг, целесообразно выделить те общие свойства, которые характеризуют любую экономическую категорию в сфере услуг, и показать специфические особенности, отличающие данную категорию от других.

Для наиболее полной и достоверной оценки качества услуги необходимо:

- выявить свойства и показатели услуги, характеризующие ее качество;
- определить объективность и качество отражения выявленных свойств показателей в нормативных документах на услуги;
- оценить факторы, влияющие на качество услуги на различных этапах ее оказания;

— разработать систему оперативного получения всех необходимых объективных данных о качестве услуги и ее конкурентоспособности на любом этапе процесса оказания услуги.

Определяющим фактором формирования и оценки необходимого качества услуги является взаимодействие исполнителя и потребителя. Оно прослеживается на всех стадиях процесса оказания услуги — от формирования качества при создании и реализации услуги потребителю до ее потребления.

При определении состава свойств и показателей качества услуги как объекта оценки необходимо учитывать технические, экономические и социальные аспекты его проявления. При взаимодействии исполнителя и потребителя первостепенное внимание уделяется степени удовлетворения услугой определенных потребителей.

Проблемой оценки качества услуг является то, что в большинстве своем сервисные предприятия — это малые и средние предприятия, ограниченные в финансовых возможностях. Поэтому и методики оценки качества должны быть просты в применении и не требовать больших затрат времени. Это необходимо для того, чтобы воспользоваться ими могли непосредственно сотрудники фирмы, делегированные для целей определения качества услуги без привлечения внешних специалистов.

Результаты анализа элементов качества услуг представлены в табл. 2.

Для оценки используют и такой показатель качества услуги, как ее назначение (социальное и функциональное). Оно характеризует свойства услуги, определяющие ее социальную значимость, и основные функции, для выполнения которых она предназначена.

Социальные показатели характеризуют соответствие услуги по-

Элементы качества услуги

Название элемента	Показатели качества
Качество результата	
Технические характеристики процесса производства услуги и продукции	— соответствие производимой продукции соответствующим стандартам; — оснащенность современным оборудованием; — наличие информационных материалов о способе оказания услуги, перечень оказываемых услуг.
Технология производства услуги	— использование современных компьютерных и коммуникационных технологий; — автоматизация процесса производства услуги.
Экологичность производства и результата	— использование в процессе производства услуги экологичных материалов, не влияющих отрицательно на жизнь и здоровье человека.
Качество сервиса	
Профессиональные квалификационные, и личностные характеристики персонала	— наличие соответствующего высшего образования; — количество жалоб в расчете на 1 работника; — способность предоставить необходимую информацию клиенту; — коммуникабельность, доброжелательность персонала; — наличие униформы для персонала.
Время и удобство ожидания выполнения услуги	— выполнение услуги в стандартные сроки; — удобный режим работы фирмы; — наличие комфортных условий ожидания выполнения заказа.

требностям и обуславливают целесообразность ее предоставления и потребления. Функциональные показатели качества характеризуют соответствие услуги целевому назначению, ее способность служить средством удовлетворения определенной потребности — материальной, духовной и др. Этические — характеризуют свойства услуги, проявляющиеся в процессе непосредственного общения потребителя услуги и исполнителя (профессиональная этика персонала, вежливость, тактичность и др.).

Особое внимание следует уделить анализу оценок качества обслуживания, которые отражают в основном культуру общения работников предприятия с посетителями (заказчиками, клиентами). Целесообразно, на наш взгляд, с целью повышения культуры обслуживания населения отражать в отчетности предприятий лишь удельный вес хороших оценок. Удовлетвори-

тельная оценка за культуру обслуживания отражает ее низкий уровень.

Анализ изменения количественной характеристики частных аналитических показателей должен быть дополнен анализом изменения объема реализации услуг в расчете на одного жителя. В ходе анализа необходимо выявить факторы, влияющие на отклонение фактического уровня каждого показателя от планового, а также количественного его значения в предшествующем периоде, и величину их влияния. Это позволит установить конкретные причины снижения или повышения качества обслуживания населения, зависящие и не зависящие от результатов работы предприятия, разработать предложения, направленные на его улучшение, определить возможное изменение технико-экономических показателей работы предприятия, его производственных подразделений, уделив особое внимание оценке показателей экономической эффективности бытовых услуг.

Исходя из этого, при разработке требований к процессу оказания услуги возникает необходимость учета всей системы факторов. Поэтому особую актуальность приобретает разработка и принятие стандартов организаций, которые позволят учитывать особенности взаимодействия, специфику услуг, предоставляемых в том или ином учреждении, а также категорий клиентов.

Заметим, что концептуализация и измерение воспринимаемого качества услуг на сегодняшний день — самые спорные и противоречивые темы в экономической литературе. До сих пор существует острая необходимость в специальном исследовании составляющих структуры качества услуг.

При оценке качества услуг потребители учитывают:

— речевую коммуникацию (слухи), т.е. ту информацию об услугах, которую покупатели узнают от других покупателей;

— личные потребности. Данный фактор относится к личности покупателя, его запросам, представлению о качестве услуг и связан с его характером;

— прошлый опыт, т.е., возможно, такого рода услуги уже оказывались в прошлом;

— внешние сообщения (коммуникации) [5].

Соответственно, и повышение качества услуг должно происходить комплексно, с учетом всех возможных коммуникаций.

Качество услуг является одним из критериев конкурентоспособности поставщика услуги. Чтобы стать лучше других, необходимо сначала узнать, что есть в ассортименте конкурентов, за счет чего они держатся на рынке [6].

Одним из направлений, по которому конкурируют фирмы, оказывающие услуги, является уровень сервиса. Поскольку услуги по своей сути нематериальны и характеризуются неотъемлемостью от оказывающих их лиц, межличностное взаимодействие, происходящее во время предоставления услуги, часто сильнее всего влияет на воспринимаемое качество услуги. Это взаимодействие было названо интер-

фейсом «персонал — покупатель» и определено как ключевой для оказания услуг момент.

Вежливость сотрудника в общении, умение вызвать доверие к себе и другие качества его работы, связанные с измерениями, уверенность и сопереживание, на первый взгляд, упираются в индивидуальные характеристики человека. Но побуждать человека проявлять свои качества будет господствующая в организации сервисная культура.

Для улучшения качества услуг используются и государственные механизмы, в том числе сертификация услуг.

Согласно закону РФ «О техническом регулировании», сертификация работ и услуг подразделяется на обязательную сертификацию и добровольную. Если обязательная сертификация необходима вне зависимости от желания руководства компании или поставщика услуг сертифицировать свою деятельность, то сертификация добровольная является свидетельством стремления компании соответствовать более высоким требованиям, повышать качество и конкурентоспособность своих работ (услуг) [7].

В борьбе за потребителя производители вынуждены постоянно подтверждать свою способность стабильно производить продукцию и оказывать услуги надлежащего качества, приспосабливаться к требованиям потребителей (постоянно меняющимся), демонстрировать им свою надежность и респектабельность, а также должны представлять доказательства наличия у них действующих систем качества, отвечающих требованиям международных стандартов. Таким доказательством служит сертификат на систему качества, выданный независимой организацией, уполномоченной на деятельность по сертификации систем качества.

Таким образом, в условиях жесткой борьбы за потребителей предприятия сферы услуг должны стремиться к повышению качества результата услуги для клиента, удовлетворенности сервисом, что может быть подтверждено наличием соответствующего сертификата.

Примечания:

1. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 [в ред. 03.06.2009г.] // СЗ РФ. 1996. №3. Ст. 140.
2. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / под ред. Ю.Л. Свириденко. М.: Изд-во МГУС, 2001.
3. Мишин В.М. Управление качеством. М.: Юнити-Дана, 2005. 463 с.
4. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность : историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. 318с.
5. Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг. М.: Прогресс, 1990. 179 с.
6. Тимофеев М. Конкурентоспособность малого бизнеса в сфере услуг // Услуги и цены. 2006. №10. С. 24-27.
7. Симонов Ю. Техническое регулирование в сфере услуг // Стандарты и качество. 2004. №5. С. 44-45.