

ЛЕКЦИЯ 7 (4 часа)

по дисциплине «Основы квалиметрии»

КВАЛИМЕТРИЯ УСЛУГ

Нормативная база

ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения.

ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг.

ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГ

Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг.

Услуга – это результат, как минимум, одного действия, обязательно произведенного (осуществленного при взаимодействии) между поставщиком и заказчиком (потребителем), как правило, нематериальный [ГОСТ ISO 9000]



Материальная услуга – услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг, оказание которой включает деятельность, осуществляемую по отношению к материальному продукту, в том числе, предоставляемому потребителем

Услуги автосервиса

Ремонт и
изготовление
изделий

Химическая чистка

Транспортные
услуги

Ремонт и
техническое
обслуживание
оборудования,
техники, машин

Стирка белья

Услуги средства
размещения

Ремонт и
возведение жилых
построек

Жилищно-
коммунальные
услуги

Услуги индустрии
питания

.....

Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств продукта или изготовление нового продукта по заказам потребителей, перемещение грузов и людей, создание условий для потребления услуг по заказам потребителей и т.п.

Услуги отдельных видов, осуществляемые за плату по заказу потребителей и имеющие некий материальный результат или материальное выражение, иногда называют **работой**

Социально-культурная (нематериальная) услуга – услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных, этических потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя, в том числе поддержание и восстановление здоровья, духовного и физического развития личности, повышение профессионализма

Предоставление нематериальных продуктов

например

Страхование, банковские, финансовые, экспертные и правовые услуги, консалтинг

Образовательные услуги

например

Обучение, подготовка кадров, повышение квалификации персонала и пр.

Услуги культуры, спорта, туризма, организация отдыха и досуга

Уход и лечение заказчиков

например

Парикмахерские и косметические услуги, медицинские услуги, ветеринарные услуги

Сдача в наем оборудования, помещений

например

Агентства по сдаче в аренду, услуги проката

Сетевые услуги

например

Услуги связи, Интернет, телекоммуникаций, телефонной связи и др.

***Смешанные
услуги***

Материально-
бытовые услуги

+

Социально-культурные
потребности
потребителей услуг

Исполнитель услуг – предприятие, организация или индивидуальный предприниматель, оказывающие предлагающие или имеющие намерение оказать услугу потребителю

В соответствии с ГОСТ ISO 9000 исполнителя услуг называют **поставщиком услуг**

Потребитель услуг – физическое лицо, получающее, заказывающее либо имеющее намерение получить или заказать услугу в личных, бытовых или иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности

Потребителем услуги может быть заказчик, клиент, гость, покупатель, турист, пассажир, посетитель, пациент, пользователь услуг, клиент на абонентском обслуживании, потенциальный заказчик

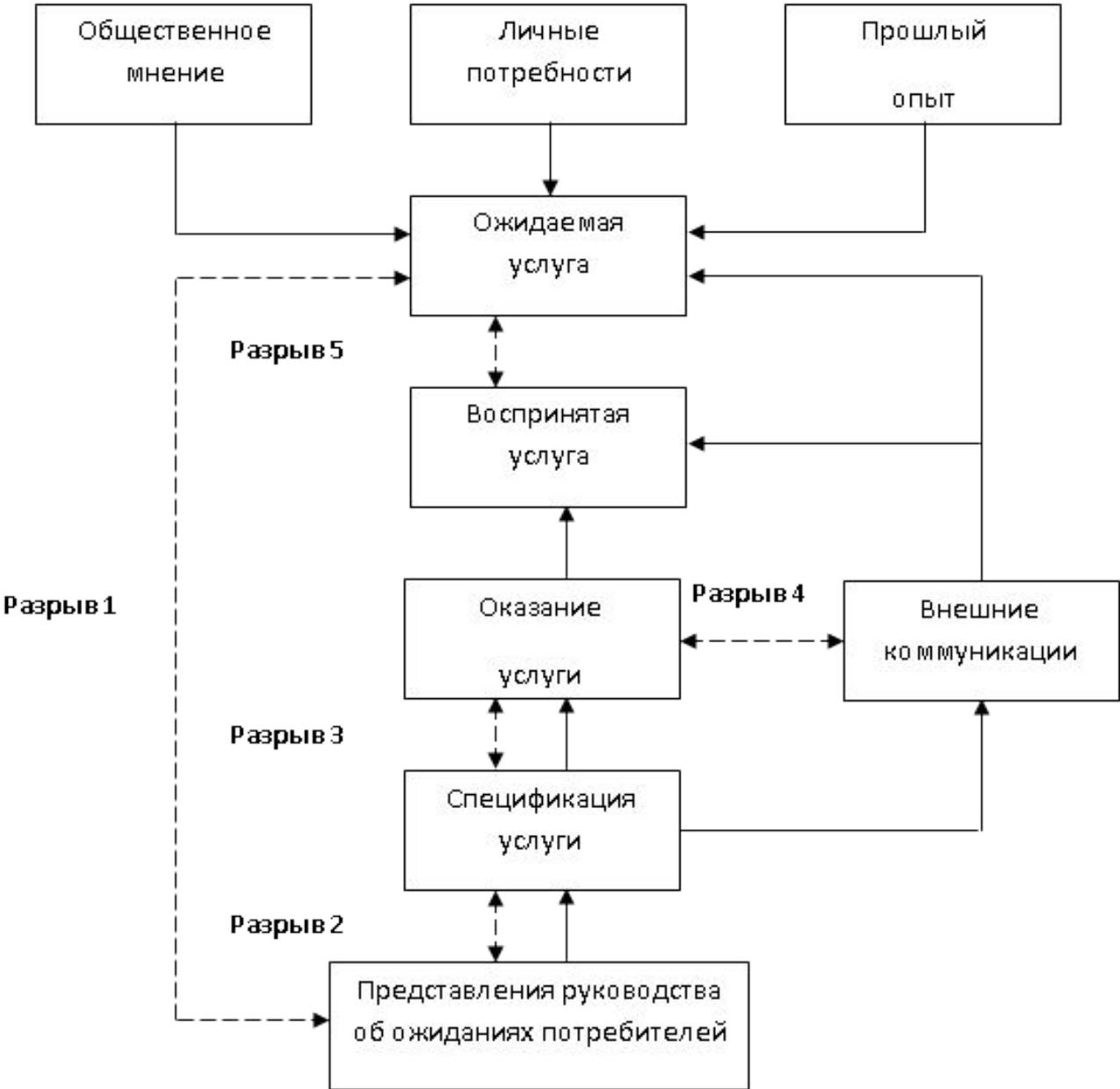
Стадии жизненного цикла услуги

Стадия	Характеристика
Разработка услуг	Осуществляется поиск, производство и подготовка к внедрению на рынок услуги-новинки
Внедрение услуги	Обеспечивается осведомленность потребителей об услуге-новинке. Моральное стимулирование
Рост потребления услуги	Осуществляются активные рекламные мероприятия, пропаганда. Сокращение значимости стимулирования
Зрелость услуги	Рост экономического стимулирования под воздействием конкуренции. Осуществление процесса модификации услуги. Период начала разработки новой услуги
Насыщение рынка услугой	Обострение процесса конкуренции. Рост затрат на маркетинг, ведение агрессивной рекламной политики
Спад спроса на услугу	Прекращение производства услуги и замена ее на услугу-новинку, либо реанимация спроса

Особенности услуг (по сравнению с продукцией):

- 1) Разделение потребностей на материальные и нематериальные
- 2) Воздействие на потребителя условий обслуживания: комфортности, эргономичности, санитарии, эстетики интерьера и экстерьера современного оборудования и инструментов и т.д.
- 3) Взаимодействие потребителя и исполнителя при оказании услуг
- 4) Индивидуальный характер оказания услуги и мастерство исполнителя услуги
- 5) Несохранимость услуги
- 6) Информационная обусловленность процесса оказания услуги зависит от объема и качества информации
- 7) Нетранспортируемость услуг означает привязанность их к месту, городу, региону
- 8) Региональный колорит сферы услуг обусловлен массовым потреблением и многократной воспроизводимостью услуг в каждом регионе, городе, населенном пункте

Модель качества услуг Парасурамана-Зейтхамл-Бэрри



Разрыв 1 между потребительскими ожиданиями и их восприятием руководством компании. Этот интервал (разрыв) возникает из-за того, что администраторы не могут себе представить, какое содержание вкладывает потребитель в определение высокого качества услуги. Знание того, что потребитель хочет и ожидает получить, должно быть сформировано на первом, одном из самых важных, этапов определения качества услуги. Этот этап имеет практическое значение. Для того, чтобы обеспечить потребителю ожидаемый уровень услуг, необходимо, прежде всего, знать его предпочтения. Поскольку услуги имеют явно определенные и осязаемые измерения качества, разрыв №1 в сфере оказания услуг обычно считается более важным, чем в производстве товаров. Возникновению этого интервала, или разрыва, способствует:

- низкая эффективность проведенных маркетинговых исследований;
- неадекватность обратной связи между потребителями и исполнителями услуги;
- усложненная многоуровневая структура управления.

Разрыв 2 между восприятием руководства потребительских ожиданий и трансформацией этого восприятия в спецификации качества услуг. Этот интервал (разрыв) широко распространен на практике. Некоторые ожидания потребителей не могут быть правильно зафиксированы и реализованы из-за наличия трудностей в правильном реагировании на потребительские предпочтения и поэтому отсутствия единого мнения руководства организации относительно качества услуги. Этот разрыв возникает из-за:

- неадекватного представления руководителей о качестве услуги;
- ощущения невыполнимости запрашиваемой услуги;
- неадекватности этапов стандартизации задачи;
- отсутствию набора целей.

Руководство организации должно прийти к единому мнению относительно качества услуг, и этот процесс должен быть адекватно воспринят членами руководимого ими коллектива. Для достижения искомого согласия целесообразно систематически использовать два правила:

1. потребитель всегда прав;
2. если он не прав, вернись к правилу №1.

Эти два принципа заслуживают того, чтобы над ними задуматься. Хотя практически всегда можно поспорить о том, может ли быть всегда прав потребитель, но он, в конечном счете, всегда будет судьей услуги.

Разрыв 3 между спецификациями качества услуг и качеством предоставляемых услуг. Этот разрыв может быть вызван многими факторами. Порой и управляющие правильно понимают то, что ожидает потребитель и набор характеристик услуги теоретически определен верно, но на практике услуга, предоставляемая организацией, не соответствует ожиданиям потребителей. Подобное положение создается из-за того, что персонал организации не способен или не хочет предоставить услугу на требуемом уровне. Важно помнить, что контакт персонала с потребителем услуги имеет первостепенное значение. Даже в тех случаях, когда существует стандарт на предоставление услуги, возможны различные изменения в понимании персоналом своих функций.

Причины, приводящие к возникновению этого интервала, сводятся к следующему:

- неоднозначность в распределении производственных ролей;
- конфликт между ролями;
- плохое понимание персоналом выполняемых функций;
- неэффективная технология выполнения работы;
- неприемлемая система контроля и наблюдения;
- некачественное обучение.

Разрыв 4 между предоставлением услуги и внешними информационными связями, участвующими в формировании представления потребителей о получаемой ими услуге. Этот интервал возникает тогда, когда образуется разрыв между тем, что реально предлагает организация, и тем образом, который складывается у потребителя об ассортименте и качестве предлагаемых ею услуг на основе распространяемой информации. Адекватные и точные сведения об организации, рекламная деятельность и связь с общественностью необходимы для того, чтобы преувеличить, или наоборот, преуменьшить значимость предлагаемой услуги в контексте того, что потребитель воспринимает как показатель ее высокого качества. Важно добиться, чтобы ожидания потребителей распространялись через рекламу в средства массовой информации и других средствах коммуникации. Поскольку проконтролировать реакцию и действия человека невозможно теми же способами, что применяются к машине, производящей товары, важность и эффективность информации и рекламы трудно переоценить.

Причины появления четвертого разрыва:

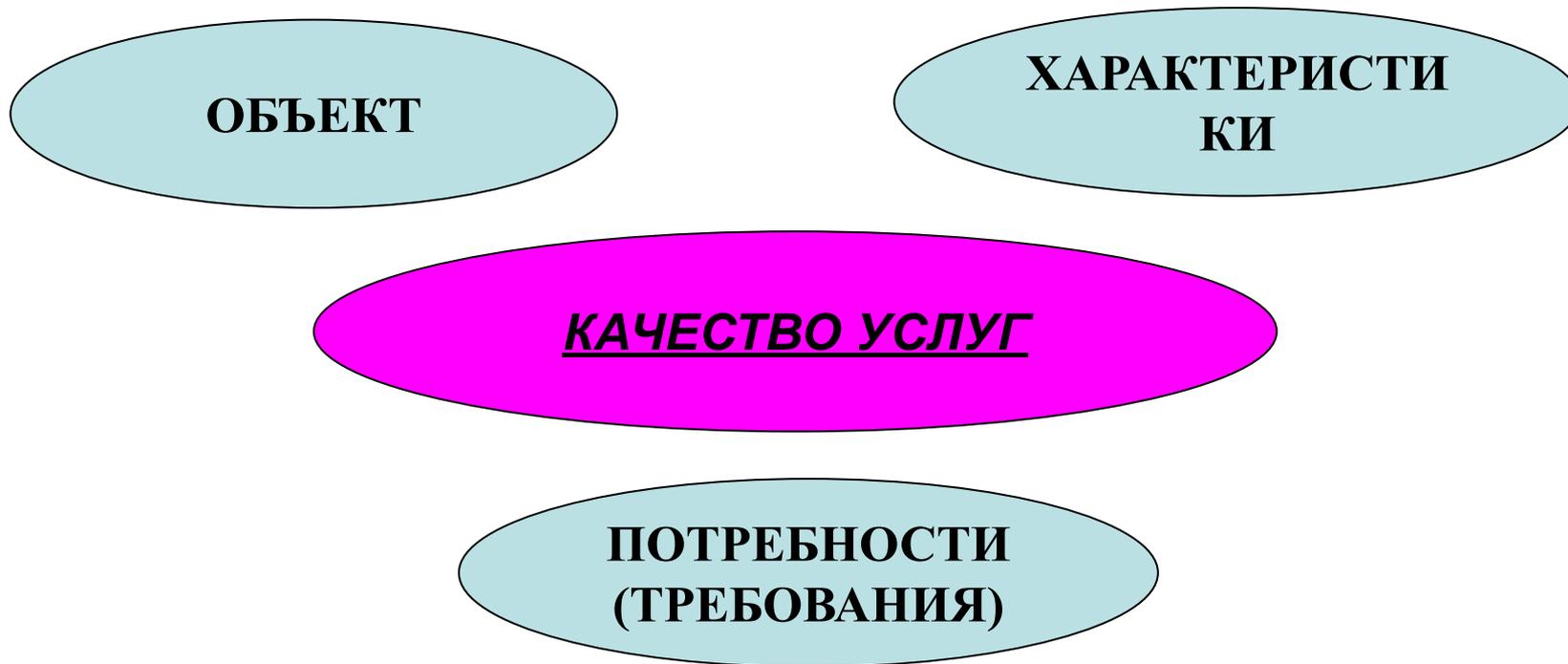
- установка неадекватных горизонтальных связей между исполнителями услуги и маркетологами или между рекламными;
- склонность к переоценке возможностей и ожиданий.

Разрыв 5 между ожиданиями потребителей и их восприятием полученных услуг возникает тогда, когда имеет место один или более из предыдущих разрывов. Отсюда становится ясно, почему исполнителям услуг так трудно обеспечивать ожидаемое клиентом качество услуг.

К обязательным требованиям качества услуг относятся:

- 1) санитарно-гигиенические требования;
- 2) требования к безопасности: процессов оказания услуги, результату услуги, условиям обслуживания;
- 3) социальные (диспансеризация, льготы и приоритеты);
- 4) комплектность услуги;
- 5) требования к своевременности услуги (время ожидания, предоставления и потребления услуги, срочность перевозки и регулярность прибытия груза, максимальный или средний интервал движения и др.);
- 6) экологические требования;
- 7) психологические требования, связанные с этикой обслуживания;
- 8) эргономические требования, учитывающие антропометрические и физиологические свойства потребителя.

Качество услуги – совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя



Качество услуги – степень соответствия совокупности присущих характеристик услуг требованиям, предъявляемым к услугам
[ГОСТ ISO 9000]

Качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя

Свойство услуги – объективная особенность услуги, которая проявляется при ее оказании (предоставлении) и потреблении

Показатель качества услуги – количественная или качественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя

Уровень качества услуги – относительная характеристика качества услуги, основанная на сравнении фактических значений показателей ее качества с нормативными значениями этих показателей

Оценка качества услуг – определение показателей качества услуг с учетом достоверности и/или точности количественных значений

Контроль качества услуг – деятельность по определению значений показателей качества услуг и сравнение полученных результатов с установленными требованиями

Контроль качества – процедура оценки соответствия путем проверки, наблюдения и суждений, сопровождаемых соответствующими испытаниями или измерениями [ГОСТ ISO 9000]

Метод (способ) контроля качества услуг – совокупность правил, принципов, средств, позволяющих контролировать качество услуги

Требование к услуге – документально изложенный критерий, которому должна соответствовать конкретная оказываемая услуга

Удовлетворенность потребителей – восприятие заказчиками и потребителями услуг степени выполнения их требований [ГОСТ ISO 9000]

Безопасность услуги – состояние услуг, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных или растений

2. НОМЕНКЛАТУРА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Номенклатура показателей качества услуг – перечень качественных и/или количественных характеристик показателей (свойств) услуг, обеспечивающих их способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя и возможность оценки уровня качества услуг

**Количественные
характеристики
показателей услуг**

Продолжительность исполнения услуг

Показатели безопасности для жизни и здоровья потребителя

**Качественные
характеристики
показателей услуг**

Профессиональная подготовка и квалификация персонала

Санитарно-гигиенические и эргономические условия обслуживания потребителей

Внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями

Номенклатура показателей качества услуг

Раздаточный материал

Показатели совместимости

(см. таблицу в раздаточном материале)

Функциональная совместимость	Определение препятствий к исполнению других услуг
Геометрическая совместимость	Совместимость результата данной услуги с другими совместно используемыми изделиями по габаритным размерам, форме и т.п.
Биологическая совместимость	Совместимость, например, по возможности совместного применения различных пищевых продуктов, косметических средств по отсутствию аллергических реакций при медицинском обслуживании и/или в процессе питания
Электромагнитная совместимость	Возможность совместного применения результата услуги и других изделий по отсутствию взаимных электромагнитных помех
Электрическая совместимость	Например, возможность подключения результата услуги к источнику питающих напряжений или сигналов с данными значениями напряжения, тока, мощности
Прочностная совместимость	Соответствие прочности результата услуги прочности других совместно работающих изделий
Программная совместимость	Определяется возможностью использования единых программ и/или языков программирования для совместно используемых результата услуги и других изделий
Технологическая совместимость	Определяется отсутствием применения в процессе предоставления услуги или в результате услуги технологий, несовместимых с технологиями других совместно используемых объектов
Метрологическая совместимость	Определяется взаимным соответствием норм и допусков на параметры совместно используемых результата услуги и других изделий, а также соответствием требуемых точностей измерения параметров и погрешностей средств измерений
Информационная совместимость	Соответствие объема, вида и формы предоставления информации требованиям потребителя или совместно используемых объектов

Для выбора номенклатуры показателей качества необходимо определить:

1) группу (вид) однородных услуг;

2) наименование (содержание) услуги;

3) цель применения номенклатуры показателей качества услуг;

4) метод выбора номенклатуры показателей качества;

5) исходную номенклатуру показателей качества;

6) исходную номенклатуру показателей качества по данной группе.

1) Группа (вид) однородных услуг



**ОК 034-2014 Общероссийский классификатор Продукции
по видам экономической деятельности**

**ОК 029-2014 Общероссийский классификатор Видов
экономической деятельности**



2) Наименование (содержание) услуги

3) Цель применения номенклатуры показателей качества услуг

1) разработка стандартов на:

- номенклатуру показателей качества услуг;
- услуги;
- процессы оказания услуг;
- сервисные предприятия;
- персонал;

2) разработка документов системы менеджмента качества;

3) разработка правил и рекомендаций по оценке соответствия услуг (процесса оказания услуги, сервисного предприятия и персонала);

4) разработка стандартов, инструкций (методик) по измерению (контролю, оценке) параметров и их метрологическому обеспечению;

5) разработка правил маркировки, упаковки, транспортирования и хранения результатов оказания услуги;

6) разработка правил эксплуатации, ремонта, предъявления рекламаций на результаты оказания услуги и (в части рекламаций) на процесс оказания услуги.

4) Метод выбора номенклатуры ПК
5) Исходная номенклатура ПК
6) Исходная номенклатура ПК по данной группе

Исходную номенклатуру выбирают в зависимости от Применяемости показателей качества услуг с учетом этапов жизненного цикла услуги

Этапы ЖЦ услуги устанавливают в стандартах на конкретную услугу

Для **наиболее сложных материальных услуг** перечень и содержание этапов устанавливают в соответствии с ГОСТ ISO 9001

Для **остальных видов услуг** могут использоваться следующие этапы ЖЦ услуги:

- предоставление информации об услугах, предлагаемых потребителю;
- принятие заказа на услугу, заключение договора оказания услуг;
- исполнение заказа на услугу;
 - контроль качества технологического процесса исполнения услуги и исполнения заказа;
- оценка результата услуг и выдача заказа на услугу потребителю.

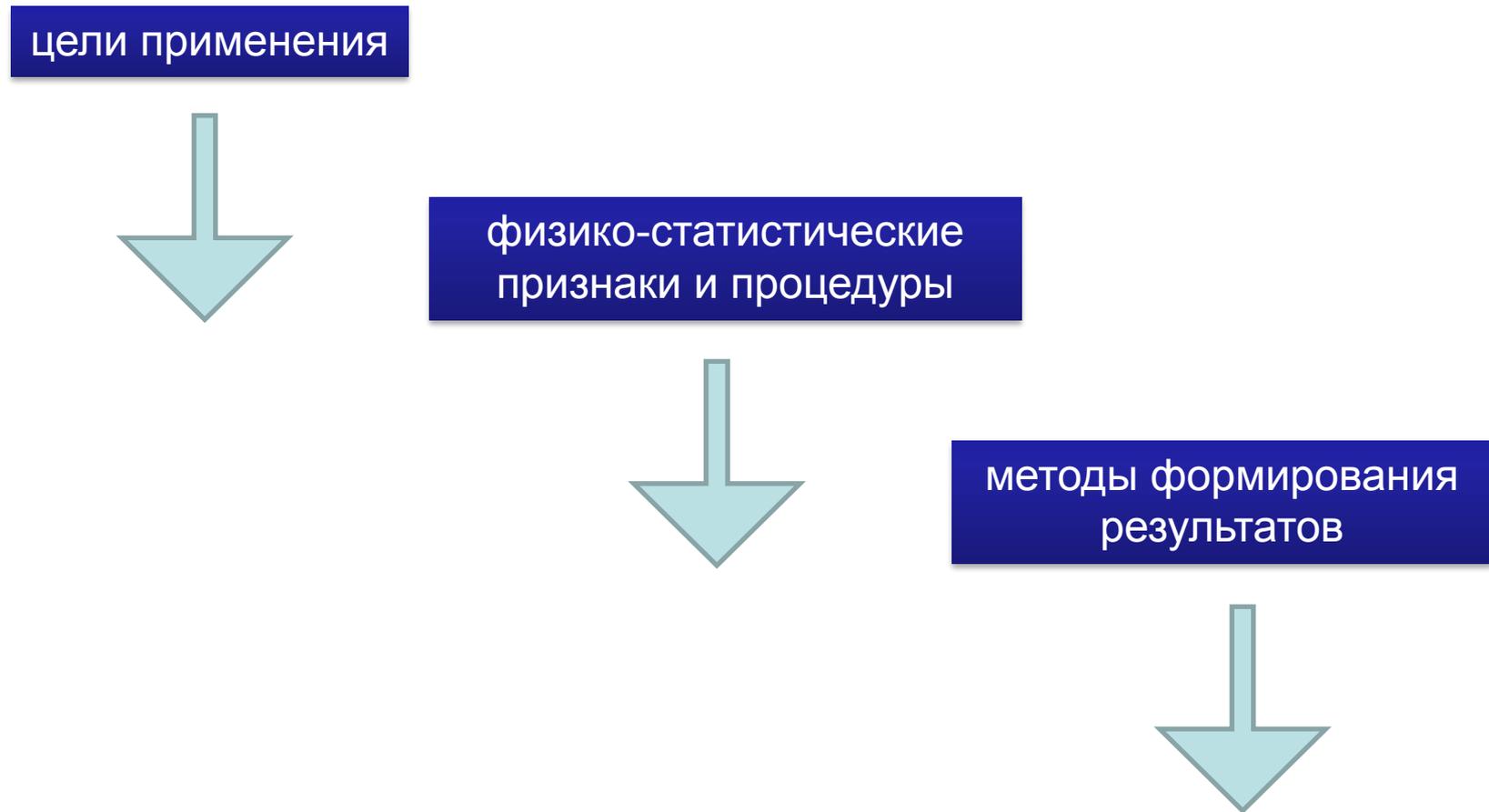
Применяемость ПК услуг ----- раздаточный материал

ПОЛУЧЕННУЮ (РАЗРАБОТАННУЮ) совокупность показателей качества услуг вносят в следующие документы:

- 1) стандарты вида "Номенклатура показателей качества" для конкретной группы (вида) однородных услуг;
- 2) стандарты на услуги, процесс обслуживания (предоставления услуги), предприятия сферы услуг;
- 3) стандарты вида "Требования к обслуживающему персоналу" для различных видов услуг;
- 4) документы системы менеджмента качества услуг;
- 5) правила, методики и рекомендации по оценке и подтверждению соответствия услуг, процессов обслуживания (предоставления услуг) и аттестации персонала.

3. МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Методы контроля и оценки показателей качества услуг классифицируют по следующим признакам:



По целям применения методы контроля и оценки качества услуг подразделяют на три группы

- 1) определение соответствия качества услуг требованиям нормативной документации и/или требованиям потребителя** - при формировании стандартов на услуги (процесс оказания услуги, предприятие, персонал), при оценке и подтверждении соответствия услуг и сертификации систем менеджмента качества услуг
- 2) установление факторов (условий),** способствующих достижению требуемого уровня качества услуг
- 3) рейтинговая оценка выполнения одинаковых услуг** различными предприятиями и организациями **и их ранжирование**

По физико-статистическим признакам и процедурам методы контроля и оценки показателей качества услуг подразделяют на пять групп

Инструментальный



в виде результата использования технических средств и проведении соответствующих измерений

Органолептический



через реакцию органов чувств эксперта (оценщика), результат оценки может носить качественный (альтернативная или градационная оценка) или количественный характер (балльная)

Модельно-расчетный



с использованием зависимости оцениваемого ПК от показателей, определяемых другими методами или моделированием случайного процесса формирования ПК

Экспертный



на основе анализа суждений (качественных и количественных оценок) специалистов и экспертов, включая анализ измерений показателей и условий оказания услуг

Социологический



проведением социологических обследований, в т.ч. анкетирования, опроса, учет записей в книге отзывов и предложений, Интернет-отзывов, с последующим анализом полученных данных

Методы формирования результатов контроля и оценки показателей качества подразделяют на две группы

Определение различий единичных ПК для:

- 1) Детерминированной (определенной) разности значений или мгновенной разности
- 2) разности статистических характеристик (математическое ожидание, дисперсия)
- 3) метод выбора в качестве определяющего показатель с наибольшей скоростью изменения

Эти методы используют при всех способах получения значений ПК, кроме социологических обследований

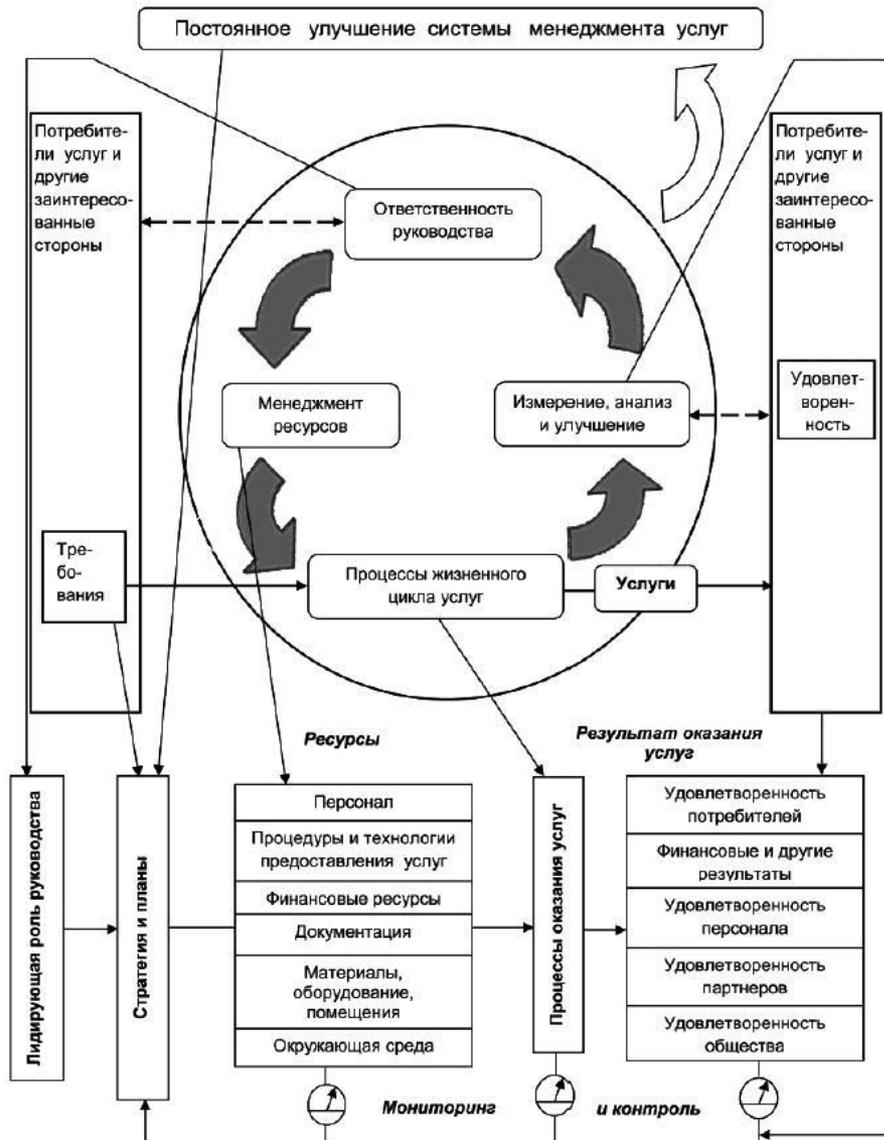
Формирование обобщенных показателей

- 1) метод квалиметрии - с использованием взвешенного суммирования единичных показателей и определением коэффициентов весомости экспертным путем
- 2) метод выбора определяющего показателя, соответствие которого установленным требованиям является главным условием признания услуги качественной, небольшие отклонения значений других показателей признаются несущественными. Определяющим показателем рекомендуется принимать показатель безопасности
- 3) разности прогнозных значений показателя на определенный момент времени или разности скоростей изменения (тренда) математического ожидания этого показателя

Применяемость методов контроля и оценки показателей качества

Раздаточный материал

4. МОДЕЛЬ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ



Раздаточный материал