

УДК 338.46

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ В СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Бандурина И.П.

старший преподаватель кафедры управления и маркетинга

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
им. И.Т. Трубилина»,*

г. Краснодар, Россия

Меретукова А.А.

студент

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
им. И.Т. Трубилина»,*

г. Краснодар, Россия

Аннотация

Статья посвящена детальному анализу ключевых критериев, применяемых для комплексной оценки качества услуг в организациях сервисного сектора. Подробно рассмотрены такие параметры, как степень удовлетворенности клиентов, уровень компетентности и профессионализма персонала, скорость обслуживания и времени выполнения заказов, доступность услуг для потребителей, материально-техническое оснащение и состояние инфраструктуры. Приведены развернутые рекомендации по внедрению эффективной системы регулярной оценки и контроля качества сервиса в компании.

Ключевые слова: сервисная организация, качество обслуживания, критерии оценки услуг, удовлетворенность клиентов, компетенции персонала, скорость оказания услуг, доступность сервиса, материально-техническая база, инфраструктура, система контроля качества.

CRITERIA FOR ASSESSING THE QUALITY OF SERVICES IN A SERVICE

Bandurina I.P.

senior lecturer of the Department of Management and marketing

FGBOU VO "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin",

Krasnodar, Russia

Meretukova A.A.

student,

FGBOU VO "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin",

Krasnodar, Russia

Annotation.

The article is devoted to a detailed analysis of the key criteria used for a comprehensive assessment of the quality of services in organizations of the service sector. Such parameters as the degree of customer satisfaction, the level of competence and professionalism of staff, the speed of service and order fulfillment time, the availability of services for consumers, material and technical equipment and the state of infrastructure are considered in detail. Detailed recommendations are given for the implementation of an effective system of regular assessment and quality control of service in the company.

Keywords: service organization, quality of service, criteria for assessing services, customer satisfaction, staff competencies, speed of service delivery, accessibility of service, material and technical base, infrastructure, quality control system.

В настоящее время сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. В условиях ужесточающейся конкуренции на рынке сервисных услуг качество обслуживания становится определяющим фактором успешности и конкурентоспособности бизнеса. Для того чтобы эффективно привлекать новых клиентов и удерживать существующих, сервисным организациям необходимо постоянно повышать планку качества предоставляемых услуг и уровня сервиса. Достижение этой цели невозможно без регулярной комплексной оценки текущего состояния качества обслуживания на основе набора ключевых критериев, позволяющих получить объективную картину и выявить зоны для улучшений [1].

Первым и ключевым критерием оценки качества услуг выступает степень удовлетворенности клиентов - то, насколько получаемый ими сервис соответствует их ожиданиям, потребностям и запросам. Именно мнение потребителей должно быть главным индикатором успешности работы

сервисного предприятия. Для сбора обратной связи от клиентов необходимо использовать различные инструменты - регулярные опросы, анкетирование, анализ отзывов и претензий, поступающих по различным каналам коммуникаций. Высокая доля положительных отзывов, благодарностей и повторных обращений за услугами будет свидетельствовать о хорошем качестве сервиса, тогда как рост количества жалоб и негатива сигнализирует о наличии проблем и недоработок [2].

Не менее важным критерием качества выступает компетентность и профессионализм персонала - уровень знаний, практических навыков, опыта и клиентоориентированности сотрудников, непосредственно взаимодействующих с клиентами. От того, насколько грамотно, квалифицированно и доброжелательно работники будут оказывать услуги, напрямую зависят впечатления клиентов и их итоговая оценка качества сервиса. Поэтому сервисным организациям необходимо обеспечивать регулярное обучение персонала, повышение их *hard* и *soft skills*, развитие коммуникативных способностей, эмоционального интеллекта, эмпатии. Сотрудники должны уметь располагать к себе клиентов, быть вежливыми, дружелюбными и позитивными, проявлять искренний интерес и желание помочь, способными дать четкие и понятные разъяснения относительно особенностей услуг [3].

Третьим по значимости критерием оценки качества сервиса является скорость обслуживания и оперативность выполнения заказов. В современных условиях ускоряющегося темпа жизни клиенты очень ценят свое время и ожидают максимально быстрого получения желаемой услуги. Любые задержки, долгое ожидание своей очереди, затягивание сроков выполнения заказа однозначно воспринимаются как признак некачественного сервиса и вызывают раздражение и недовольство потребителей. Поэтому перед сервисными организациями стоит задача всеми способами сокращать и оптимизировать временные затраты клиентов на получение услуг. Этого можно добиться за счет

пересмотра и рационализации бизнес-процессов, автоматизации рутинных операций, внедрения современных IT-решений, найма дополнительного персонала для работы в часы пиковых нагрузок [4].

Доступность услуг для потребителей - еще один значимый критерий качества сервиса. Он включает в себя целый комплекс факторов: удобство географического расположения и режима работы офисов, филиалов и представительств компании, широту ассортимента и наличие услуг, максимально отвечающих запросам целевой аудитории, возможность дистанционного обслуживания и использования онлайн-сервисов, наличие call-центра и механизмов оперативной обратной связи. Чем проще и комфортнее клиентам будет получать необходимые им услуги, тем выше они будут оценивать их качество и тем выше будет их итоговая удовлетворенность [5].

Наконец, нельзя недооценивать влияние на восприятие качества сервиса такого критерия, как материально-техническое оснащение и состояние инфраструктуры. То, насколько современным, технологичным, чистым и уютным выглядит офис или салон сервисной организации, в каком состоянии находится используемое оборудование и техника, имеется ли удобная зона ожидания для клиентов, насколько презентабельно выглядит персонал в фирменной одежде, - все эти, казалось бы, мелочи в совокупности формируют у потребителей представление об уровне и качестве услуг данной компании [1].

Учитывая множественность и разноплановость рассмотренных критериев (таблица 1), для обеспечения действительно комплексной и объективной оценки качества сервиса в организации рекомендуется разработать и внедрить специальную систему регулярного мониторинга и контроля. Она должна включать в себя инструменты для сбора и анализа обратной связи от клиентов (опросы, систему управления жалобами и предложениями), механизмы оценки работы и компетенций персонала (аттестации, тайный покупатель, анализ трудовой дисциплины), замеры скорости и времени выполнения ключевых

операций и бизнес-процессов, контроль соблюдения корпоративных стандартов обслуживания и регламентов работы, мониторинг состояния инфраструктуры и оборудования, анализ финансовых и операционных показателей эффективности сервиса. Регулярное проведение такого многоуровневого аудита позволит оперативно выявлять любые недостатки и проблемные зоны в текущей работе и своевременно вносить необходимые коррективы и улучшения в процессы обслуживания [6].

Таблица 1 – Ключевые критерии оценки качества услуг

Критерий	Описание	Способы оценки
Удовлетворенность клиентов	Соответствие услуг ожиданиям и требованиям клиентов	Опросы, анкетирование, анализ отзывов, претензий и благодарностей
Компетентность персонала	Уровень знаний, навыков, опыта и клиентоориентированности сотрудников	Тестирование, аттестация, наблюдение, оценка руководителей, тайный покупатель
Скорость обслуживания	Время выполнения заказов, предоставления услуг, реакции на запросы и обращения клиентов	Хронометраж операций и процессов, фиксация фактических сроков исполнения заказов, оценка клиентов
Доступность услуг	Удобство и простота получения услуг, широта ассортимента, наличие онлайн-сервисов и каналов коммуникаций	Анализ отзывов клиентов, опросы, проверки работы call-центра, аудит точек продаж и представительств
Материально-техническое оснащение	Состояние помещений, оборудования, техники, внешний вид персонала	Проверки соблюдения корпоративных стандартов, регламентов, оценка клиентов, аудит

В заключение необходимо еще раз подчеркнуть, что обеспечение высокого качества сервиса и максимальной удовлетворенности клиентов должно быть приоритетной задачей для любой организации, работающей в сфере услуг. Залогом успеха в достижении этой цели является внедрение эффективной комплексной системы регулярной оценки и контроля качества обслуживания по ключевым критериям. Такой подход позволит сервисным компаниям постоянно

держат руку на пульсе, оперативно выявлять и устранять любые недостатки в работе, непрерывно повышать планку сервиса, тем самым обеспечивая себе долгосрочное конкурентное преимущество в виде максимальной лояльности и приверженности клиентов.

Библиографический список:

1. Фадеева Н.В. Методология оценки качества услуг [Электронный ресурс] // Вестник Тамбовского государственного технического университета. - 2012. - №2. – С.484-491. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-otsenki-kachestva-uslug?ysclid=lwrqfzoryc400914047> (дата обращения: 25.05.2024).
2. Носикова О.О. Методика измерения удовлетворенности клиентов в российских компаниях сферы услуг [Электронный ресурс] // Практический маркетинг. - 2010. -№6. – С.18-22.- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-izmereniya-udovletvorennosti-klientov-v-rossiyskih-kompaniyah-sfery-uslug?ysclid=lwrqguysci976466237> (дата обращения: 25.05.2024).
3. Бандурина, И. П. Современные тенденции найма персонала / И. П. Бандурина, К. И. Соколова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 4. – С. 381-384. – EDN NNBMVI. (дата обращения: 25.05.2024).
4. Захарова А.В. Сравнение стандартов обслуживания на предприятиях сервиса в России и за рубежом [Электронный ресурс] // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. - 2022. -№2. – С.157-165. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnenie-standartov-obsluzhivaniya-na-predpriyatiyah-servisa-v-rossii-i-za-rubezhom?ysclid=lwrqhrjt9c127127188> (дата обращения: 25.05.2024).
5. Дьяков, С. А. Методики измерения клиентоориентированности компании / С. А. Дьяков, Ю. А. Огорева // Год науки и технологий 2021 : Сборник тезисов по материалам Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 09–12 февраля 2021 года / Отв. за выпуск А.Г. Коцаев. – Краснодар: Кубанский

государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2021. – С. 230. – EDN KCZNTE.

б. Прокопец Т.Н., Комарова С.Н., Логвинова В.А. Анализ методов оценки качества предоставляемых услуг сервисных предприятий [Электронный ресурс] // Вестник Академии знаний. - 2020. - №37 (2). – С.268-273. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodov-otsenki-kachestva-predostavlyaemyh-uslug-servisnyh-predpriyatiy?ysclid=lwrqk15ues190320389> (дата обращения: 25.05.2024).

Оригинальность 76%