Тема 10. Анализ качества услуг и обслуживания

1. Задачи и информационное обеспечение анализа.
2. Анализ качества услуг: основные слагаемые и показатели.
3. Анализ качества выполнения услуг.
4. Анализ качества обслуживания.
5. Определение влияния качества услуг на результаты хозяйственной деятельности предприятия.

1. Задачи и информационное обеспечение анализа

Качество услуги — это совокупность ее свойств, отражающих уровень выполнения функций по созданию, восстановлению или изменению потребительских стоимостей и определяющих возможность удовлетворять индивидуальные запросы конкретного потребителя.

- Основными слагаемыми качества материальной (производственной) услуги является качество выполнения заказа и качество обслуживания потребителей.
- Понятие качества непроизводственной услуги связано в основном с ее назначением и оценивается степенью удовлетворения запросов потребителей.

Качество обслуживания — это совокупность условий, которые обеспечивают заказчику в процессе оказания услуги максимальные удобства при минимальных затратах времени.

Основные задачи анализа:

- дать общую оценку уровня качества услуг и обслуживания на предприятии;
- определить степень влияния качества на конкурентоспособность услуг и предприятия в целом;
- разработать основные мероприятия по повышению качества услуг и культуры обслуживания.

Основные источники информация для анализа:

- все виды планов предприятия, содержащие проект мероприятий по повышению качества услуг и расчет суммарного экономического эффекта от внедрения этих мероприятий;
- результаты анкетирования или опроса потребителей;
- результаты тестирования или иных экспериментов;
- отзывы (рекламации) потребителей.

2. Анализ качества услуг: основные слагаемые и показатели

Качество услуги

Качество выполнения услуги (заказа)

- Качество модели (образца)
- Качество материалов
- Качество оборудования, инструментов
- Качество труда

Качество обслуживания потребителей

- Сроки выполнения услуги (заказа)
- Затраты времени на получение услуги
- Комплексность обслуживания
- Прогрессивность форм обслуживания
- Культура обслуживания

Выполнение индивидуальных требований потребителей услуг

Аналитические показатели качества услуг:

- абсолютные показатели (технико-технологические характеристики услуги, стоимостные показатели качества, число мастеров высшего класса или разряда, количество жалоб в связи с неудовлетворительным качеством услуг и др.);
- расчетные показатели и коэффициенты (удельный вес заказов, сданных без возврата на исправление, коэффициент срочности, коэффициент прогрессивности, коэффициент освоения новых видов услуг, коэффициент разнообразия ассортимента и др.);
- показатели, количественные значения которых выражаются в баллах (эстетические или эргономические показатели и т.п.).

Посредством анкетирования можно:

- изучить потребности населения в отдельных видах услуг и степень их удовлетворения;
- дать примерную оценку уровня и структуры потенциального спроса и неудовлетворенного спроса на услуги;
- узнать мнение потребителей о качестве услуг и проследить их реакцию на новые виды услуг;
- определить сезонные колебания спроса на услуги.

3. Анализ качества выполнения услуг

Обобщающий показатель - *удельный вес заказов (в %), сданных заказчикам с первого предъявления (без возврата на исправление),* в общем объеме заказов, выполненных предприятием за анализируемый период.

Он также косвенно отражает степень соответствия услуги требованиям клиента. К числу заказов, возвращенных на исправление, относят заказы, поступившие на переделку или повторный ремонт после их реализации в период гарантийного срока, о котором предприятие информирует заказчика соответствующей квитанцией, выданной ему вместе с выполненным заказом.

Частные (специфические) показатели - зависят от вида услуг:

- коэффициент разнообразия ассортимента изделий;
- технико-эксплуатационные, эргономические, эстетические показатели,
- показатели надежности, предусматривающие срок гарантии и безотказность работы.

Вспомогательными показателями качества выполнения услуг (заказов) считается число жалоб на неудовлетворительное качество и потери в объеме реализации услуг, возникшие в результате низкого качества выполнения услуг.

4. Анализ качества обслуживания

Анализ качества обслуживания потребителей осуществляется с <u>целью</u> выявления факторов, влияющих на организацию процесса обслуживания на предприятии, и изучения организационных сторон процесса обслуживания, оказывающих непосредственное влияние на результаты работы предприятия.

Основными факторами, определяющими качество обслуживания потребителей, являются:

- срочность обслуживания (сроки выполнения заказов, соблюдение установленных сроков);
- формы обслуживания потребителей (прогрессивность форм обслуживания, комплексность обслуживания, освоение новых видов услуг);
- культура обслуживания.

Срок выполнения услуги (заказа) является составной частью времени обслуживания клиента, которое включает в себя также время индивидуального обслуживания (беседа с клиентом, оформление заказа, оплата заказа) и время, предшествующее индивидуальному обслуживанию (время ожидания).

Удельный вес срочных заказов в общем количестве выполненных является одним из показателей качества обслуживания потребителей. К срочным относятся заказы, выполненные с учетом требований клиента раньше срока, установленного предприятием на выполнение данного вида услуг.

За досрочно выполненный заказ предприятие имеет право устанавливать надбавки к ценам на услуги, указанным в прейскуранте цен.

Коэффициент срочности выполнения услуг

$$\hat{E}_{\tilde{n}\eth\hat{\imath}\div\acute{\imath}} = Q_{\tilde{n}\eth\hat{\imath}\div\acute{\imath}} / Q_{\hat{\imath}\acute{a}\grave{u}}$$

Qсрочн — количество услуг (заказов), выполненных в установленный срок и досрочно;
Qобщ — общее количество выполненных услуг (заказов).

Оптимальное значение этого показателя должно быть равно единице (100%), то есть все услуги выполнены с соблюдением установленных сроков.

При выявлении в процессе анализа нарушений сроков выполнения заказов необходимо:

- выявить отклонения в сроках выполнения заказов в течение года;
- установить, по чьей вине допущены нарушения сроков;
- определить фактическую продолжительность производственного цикла (технологического и организационного процесса оказания услуги) и выявить, на каких этапах произошли нарушения установленных сроков.

Комплексность обслуживания - предусматривает получение не только основной услуги, но и других услуг, прямо или косвенно связанных с ней, обеспечивающих максимальную экономию времени клиентов при получении необходимых услуг.

<u>Коэффициент комплексности или ассортимента услуг</u>

$$\hat{E}_{\hat{e}\hat{i}\grave{i}\ddot{i}\ddot{e}} = \frac{N}{N_{\hat{i}\hat{e}\acute{o}\acute{i}}}$$

- N — количество видов услуг, предоставляемых населению данным предприятием,
- Nокун — количество видов услуг, предусмотренных Отраслевым классификатором услуг населению (ОКУН).

Прогрессивность формы обслуживания характеризуется экономией времени заказчика на получение услуги. Прогрессивными формами обслуживания можно считать прием заказов по телефону, по предварительной записи, по письменным заявкам, обслуживание на дому, в учреждениях, доставка на дом выполненных заказов и т.д.

Коэффициент прогрессивности форм обслуживания

$$\hat{E}_{\text{ïðîãð}} = \frac{V_{\text{ïðîãð}}}{V_{\text{îáù}}}$$

Vпрогр — объем реализации услуг, полученный в результате применения прогрессивных форм обслуживания клиентов за анализируемый период;

Vобш — общий объем реализации услуг за анализируемый период.

Основным показателем внедрения новых видов услуг является ***коэффициент освоения новых видов услуг***:

$$\hat{E}_{í.ó} = \frac{N_{í.ó}}{N_{îáù}}$$

где Nн.у — количество вновь освоенных видов услуг в анализируемом периоде,

Nобщ — общее количество услуг, оказанных предприятием в анализируемом периоде.

При анализе культуры обслуживания особое внимание необходимо уделить:

- оценке режима работы предприятия (приемной сети),
- этике и эстетике обслуживания (художественное оформление и удобство интерьера офисов, рабочих залов, приемных; реклама; упаковка заказа; внешний вид обслуживающего персонала; культура речи и общения и др.).

Особое внимание следует уделить анализу отзывов о качестве обслуживания, которые отражают в основном культуру общения работников предприятия с клиентами и посетителями.

5. Определение влияния качества услуг на результаты хозяйственной деятельности предприятия

Влияние качества на объем реализации услуг и прибыль от реализации услуг определяется, как правило, прямым счетом на основе разницы в цене услуг повышенного качества с ценой услуг более низкого качества.

$$\Delta V = \left(\ddot{O}_{\hat{e}} - \ddot{O}_0\right) * Q_{\hat{e}}$$

где Qк — количество услуг повышенного качества, реализованных за анализируемый период;

Цк — возможная цена за услугу повышенного качества;

Цо — обычная цена услуги, причем Цк > Цо.

$$\Delta \ddot{I} = \left[(\ddot{O}_{\hat{e}} - \ddot{O}_0) * Q_{\hat{e}}\right] - \left[\left(\tilde{N}_{\hat{e}} - \tilde{N}_0\right) * Q_{\hat{e}}\right]$$

где Ск — себестоимость услуги повышенного качества;

Со — обычная себестоимость услуги.

Экономический эффект от повышения качества услуг достигается в результате установления более высокой цены на услугу.