

7. Единообразный торговый кодекс США (извлечение) 1952 г. Международное частное право: Иностранное законодательство / Предисл. А.Л. Маковского; сост. и научн. ред. А.Н. Жильцов, А.И. Муранов. М.: "Статут", 2000. 892 с. С. 528-551. // <https://pravo.hse.ru/intprilaw/doc/0201>

8. Литаврина С. А. Единообразный торговый кодекс США: история создания и роль в правовой системе США : диссертация ... кандид. юрид. наук / С.А. Литаврина. - Москва, 2009. - 195 с.

9. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [Электронный ресурс]. URL : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=221678&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.8524081943067452#0> (дата обращения: 19.10.2017).

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ И ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ

О.К. Слинкова,

доктор экономических наук, доцент,

профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Качество услуг является важнейшим фактором конкурентоспособности сервисной экономики и тем аспектом деятельности российских предприятий сферы услуг, который вызывает самое большое количество нареканий у потребителей. Имевшее широкое хождение высказывание «ненавязчивый сервис», характеризующее его качество в доперестроенной России, и сегодня, к сожалению, не утратило своей актуальности. Данная проблема имеет системный характер и требует серьезного научного осмысления. Сегодня многими исследователями признается, что решение данной проблемы отличается особой сложностью в силу «характерной для категории качества в целом высокой степени субъективизма» [1, с. 261]. Субъективность как имманентно присущая характеристика качества обуславливает трудности формализации его содержания, нахождения параметров и критериев его оценки, построения систем контроля и управления качеством. В наибольшей степени это имеет отношение к качеству услуг. Если в сфере производства товаров, имеющих материально-вещественное содержание и форму, субъективизм в отношении их качества в значительной степени преодолевается благодаря стандартизации, использованию количественных оценок и инструментальных методов испытаний, то применительно к услугам данные возможности имеют весьма ограниченный характер.

Как известно, одной из фундаментальных характеристик услуг является непостоянство их качества, обусловленное, прежде всего, неотделимостью услуги от ее конкретного исполнителя, что, в свою очередь, и определяет доминирование субъективных факторов при формировании и оценке качества услуг. Обратимся к исходному понятию «качество» для обеспечения более четкой его интерпретации применительно к услугам.

Качество представляет собой центральный объект внимания во всех без исключения сферах человеческой деятельности. Различные подходы к трактовке качества можно свести к трем позициям (рис. 1):

- рассмотрение понятия «качество» в лексическом смысле (терминологический аспект);
- рассмотрение понятия «качество» с точки зрения корпоративных, государственных и международных стандартов (практический аспект);
- рассмотрение понятия «качество» как научной категории (научный аспект). При этом следует понимать, что каждая наука вносит свои специфические акценты в это понятие.



Рис. 1. Систематизация подходов к рассмотрению понятия «качество»

Безусловно, все эти три аспекта взаимосвязаны и должны рассматриваться в единстве.

Для выявления лексического смысла понятия «качество» обратимся к словарю русского языка С.И. Ожегова, где дана следующая формулировка: «*Качество* – совокупность существенных признаков, свойств, особенностей, отличающих предмет или явление от других и придающих ему определенность; *качество* – то или иное свойство, признак, определяющий достоинство чего-нибудь» [2, с. 213]. Таким образом, с позиций лексики качество определяется как некоторая совокупность наиболее значимых свойств и характеристик рассматриваемого объекта, отражающих его содержание, дающая возможность выделить его среди других аналогичных объектов.

Обратимся к практическому аспекту понимания термина «качество». В Национальном стандарте Российской Федерации указывается: «Качество продукции и услуг организации определяется способностью удовлетворять потребителей и преднамеренным или непреднамеренным влиянием на соответствующие заинтересованные стороны. Качество продукции и услуг включает не только выполнение функций в соответствии с назначением и их характеристики, но также воспринимаемую ценность и выгоду для потребителя» [6, с. 2]. Практический подход детализирует понятие качества применительно к производимым организациями продукцией и услугам и устанавливает два важных момента:

- прямую взаимосвязь качества продукции, услуг с их способностью удовлетворять соответствующие потребности;
- указание на такие составляющие качества, как функциональная полезность и воспринимаемая ценность продукции и услуг.

Вместе с тем, следует отметить, что с позиций практического подхода качество определяется как результат окончательной оценки, однако не уточняется, кем данная оценка осуществляется: производителем и/или потребителем продукции (услуг).

Научные трактовки качества отличаются большим разнообразием. Проведенный анализ научных подходов к определению качества услуг позволил произвести их систематизацию (рис. 2).

Системный подход к рассмотрению качества ориентирует внимание на учете всей совокупности взаимосвязанных факторов, его обуславливающих. Рассматривая качество с данных позиций, К. Исикава отмечает, что «*качество* означает качество работы, обслуживания, информации, процесса, подразделений, работы персонала (включая рабочих, инженеров, руководящих и административных работников), качество функционирования системы, фирмы, задач и т.п.» [4, с. 59].

Для иллюстрации системного подхода к рассмотрению качества услуг воспользуемся базовой моделью организации сферы услуг, которую предложили французские ученые П. Эйглие и Е. Ланжеард (рис. 3).

В соответствии с предложенной на рис. 3 моделью внутренние элементы сервисной организации можно укрупненно представить в виде четырех подсистем, каждая из которых вносит свой вклад в качество оказываемых услуг. В качестве наиболее важных факторов, определяющих качество услуг, можно выделить:

- на уровне подсистемы, объединяющей элементы невидимой материальной среды: наличие и соблюдение технических условий, технологических карт и других регламенти-

рующих производственные процессы документов;

- на уровне подсистемы, объединяющей видимые элементы материальной среды: экстерьер офисного здания, интерьер офисных помещений, наличие парковки и др.;

- на уровне подсистемы, представляющей невидимый офис: эффективность существующих систем управления, в том числе менеджмента качества, обслуживающих систем организации;

- на уровне контактного персонала определяющим фактором является профессионализм работников контактной зоны, предполагающий владение специальными для конкретной сферы сервиса навыками и навыками эффективной коммуникации.



Рис. 2. Систематизация научных подходов к рассмотрению понятия «качество услуг»



Рис. 3. Сервисная организация как система

Поскольку сервисная организация является открытой системой, основным фактором, влияющими на качество услуг на входе системы, является качество поставляемых из внешней среды ресурсов: оборудования, материалов, трудовых ресурсов, информации о состоянии рынка соответствующих услуг и т.п.

Представленная модель иллюстрирует также, что реальное качество оказываемых организацией услуг является важным компонентом обратной связи, дающим начало новым производственным циклам за счет формирования лояльности и приверженности потребителей.

Авторы, придерживающиеся *процессного подхода* к рассмотрению качества, акцен-

тируют свое внимание на том обстоятельстве, что качество формируется на всех последовательно взаимосвязанных стадиях производства и использования продукции (услуги). Так, например, И.И. Мазур отмечает необходимость создания и поддержания качества на всех этапах петли качества – начиная с маркетинга и заканчивая утилизацией отслужившей срок продукции [5].

Процессный подход предполагает выделение этапов предоставления и использования услуг и их вклада в формируемое качество. На рисунке 4 представлена модель, отражающая состав и взаимосвязь основных этапов процесса оказания и потребления услуги.

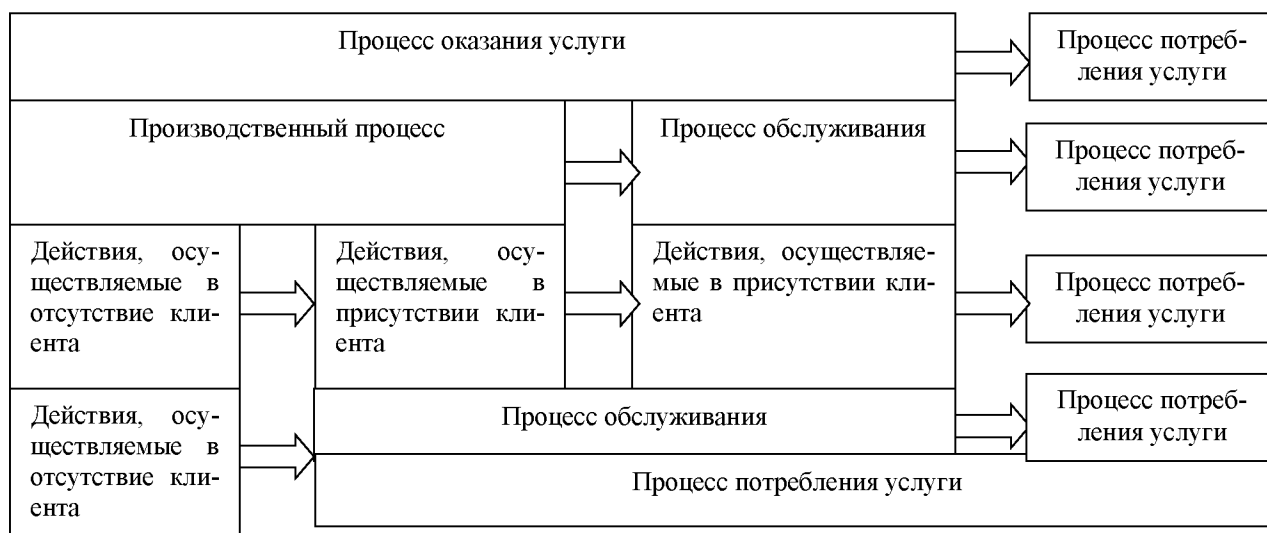


Рис. 4. Процесс оказания и потребления услуг и его составляющие

Представленная на рис. 4 модель выделяет три основных этапа процесса оказания и потребления услуг: производственный процесс, процесс обслуживания и процесс потребления услуги. В свою очередь, производственный процесс включает действия, осуществляемые только в отсутствие клиента (невидимые производственные процессы, например, ремонт автомобиля) и/или действия, осуществляемые в присутствии клиента. На этапе производственного процесса ключевое значение в формировании качества услуги приобретает прогрессивность используемых оборудования, материалов и технологий.

Процесс обслуживания – особый этап деятельности сервисной организации, значимость которого определяется неотъемлемым свойством услуги – ее неотделимости от исполнителя услуг. При этом, как это показано в модели, в отдельных случаях производственный процесс и процесс обслуживания могут совпадать (например, при оказании услуг пассажирского транспорта). На этом этапе основной вклад в качество услуг вносят такие факторы, как доброжелательность и приветливость персонала сервисной организации, предоставляемый уровень комфорта, безопасности, время нахождения в очереди, время оказания услуги и т.п.

Процесс потребления услуги, как следует из модели, неразрывно связан с производственным процессом, осуществляемым в присутствии клиента, и с процессом обслуживания, что определяется основным свойством услуги – отсутствием временного разрыва между ее получением и потреблением. Вместе с тем, процесс потребления услуги может иметь и пролонгированное действие за пределами сервисной организации (например, использование знаний и навыков, полученных в ходе предоставления образовательных услуг). На этапе потребления услуги в качестве значимых факторов, определяющих ее качество, выступают предоставляемые гарантии, функциональная и экономическая полезность услуг.

Особый интерес представляет рассмотрение качества с позиций *ситуационного подхода*. Как известно, особенностью ситуационного подхода является рассмотрение любого объекта, явления с учетом особенностей конкретной ситуации. Поскольку в мире не существует двух одинаковых ситуаций, данный подход концентрирует внимание на том, что качество – это относительное понятие: то, что в одной ситуации удовлетворяет требованиям качества, в другой ситуации может не соответствовать таковым. Поскольку ключевым субъектом ситуации на рынке является потребитель, ситуационный подход определяет качество не с позиции производителя товара (услуги), а с позиции потребителя. Так, например, А. Фейгенбаум отмечает: «основным и начальным условием обеспечения эффективного управления качеством является максимально точное определение всех требований потребителя» [3, с. 36]. Ситуационный подход к рассмотрению качества особенно актуален применительно к услугам в силу ограниченных возможностей их стандартизации и регламентации.

На рисунке 5 представлена авторская модель рассмотрения качества услуги с позиций ситуационного подхода.



Рис. 5. Ситуационная модель качества услуги

В соответствии с представленной на рисунке 5 моделью основными ситуационными составляющими являются исполнитель услуги, потребитель услуги и внешняя среда. Соответственно, основными факторами, влияющими на фактическое и воспринимаемое клиентом качество услуг, являются:

- со стороны исполнителя услуги: уровень квалификации, настроение, физическое состояние, способность понять, в чем состоят запросы клиента и др.;
- со стороны потребителя услуги: актуальные потребности, ожидания, уровень запросов, финансовые возможности и др.;
- со стороны внешней среды: мнения родственников, знакомых, социальные нормы, основные тенденции моды и др.

Представленная систематизация подходов к рассмотрению понятия «качество услуг» позволяет сделать ряд принципиальных выводов, важных для понимания его сущности и содержания.

Во-первых, применение системного подхода определяет необходимость учета комплексного взаимодействия материальных и нематериальных факторов внутренней и внешней среды сервисной организации, определяющих качество услуг. К числу таких факторов следует отнести, прежде всего, прогрессивность используемого оборудования, материалов, технологий, используемых при производстве услуг, наличие стандартов качества и внутрифирменных систем менеджмента качества, а также способность организации гибко реагировать на изменение внешней среды в целом и поведения конкурентов, в частности.

Во-вторых, согласно процессному подходу качество услуг есть совокупность

свойств и признаков услуг, которые формируются и проявляются на всех стадиях жизненного цикла услуг. Применение процессного подхода требует рассмотрения качества как объекта управления, т.е. определения элементов процесса управления качеством услуг и разработки схемы их взаимодействия. При этом на первый план в рамках данного подхода выходят параметры степени профессионализма специалистов и соблюдения этических норм контактными персоналом сервисной организации.

В-третьих, согласно ситуационному подходу качество является фактором, направленным на формирование конкурентоспособности услуги с учетом особенностей ситуации, центральным звеном которой являются потребности, запросы и ожидания конкретного клиента. Соответственно, в рамках данного подхода качество следует рассматривать как способность услуги удовлетворять потребности клиента, соответствовать его запросам и ожиданиям. Рассмотрение качества с позиций ситуационного подхода ориентирует, в том числе, на учет потребительской ценности услуги, которая, являясь субъективной характеристикой, отражает взаимосвязь трех основных параметров услуги:

- функциональная полезность услуги, т. е. ее способность удовлетворить именно те потребности клиента (физиологические, эстетические, духовные и проч.), которые являются актуальными для него в данный момент времени;
- экономическая целесообразность, отражающая представления клиента о приемлемом для него уровне затрат на получение и использование услуги;
- социальная полезность, определяемая как соответствие услуги основным тенденциям моды, возможность поддержания за счет получения услуги определенного социального статуса, удовлетворения престижных потребностей и т.п.

Не подлежит сомнению, что системный, процессный и ситуационный подходы к рассмотрению качества услуг тесно взаимосвязаны и взаимно дополняют друг друга. Только совместное их использование позволяет максимально объективно оценить качество услуг путем создания взаимосвязанной системы параметров, отражающих различные аспекты этого сложного и многогранного понятия.

Литература

1. Соловьева Л. В. Методология исследования и оценки качества услуг как критерия качества жизни их потребителей // Пространство экономики. 2008. №3-2.
2. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: около 60000 слов и фразеологических выражений/С.И. Ожегов; Под ред. Л.И. Скворцова. – 25-е изд., испр. и доп. – М.: Оникс, Мир и Образование, 2007. – 976 с.
3. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. ГОСТ Р ИСО 9000-21015. Издание официальное. Москва. Стандартинформ, 2015.
4. Исикава, К. Японские методы управления качеством: сокр. пер. с англ./Научн. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1988. – 215 с.
5. Мазур И.И. Управление качеством: учебное пособие для студентов узов, обучающихся по специальности «Упр. качеством»/И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – 3-е изд, стер. – М.: Изд-во Омега-Л, 2006. – 400 с.: илл. – (Высшая школа менеджмента).
6. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции: сокр. пер. с англ./Авт. предисл. и научн. реч. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1986. – 471 с.