

Балванович А.В. Направления повышения качества предоставления услуг информирования заинтересованных лиц в области стандартизации, сертификации, метрологии и оценке соответствия на основе модели качества Л. Берри, А. Парасурамана, В. Зейтамля [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2014. – № 1(17). Режим доступа http://iea.gostinfo.ru/files/2014_01/2014_01_06.pdf

УДК 006.015.5

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ИНФОРМИРОВАНИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ЛИЦ В ОБЛАСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ, СЕРТИФИКАЦИИ, МЕТРОЛОГИИ И ОЦЕНКЕ СООТВЕТСТВИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ КАЧЕСТВА Л. БЕРРИ, А. ПАРАСУРАМАНА, В. ЗЕЙТАМЛЯ

Балванович А.В., кандидат экономических наук, ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»

В статье предложены основные направления повышения качества предоставления услуг информирования заинтересованных лиц в области стандартизации, сертификации, метрологии и оценке соответствия. Данные предложения основаны на адаптации модели качества услуг Л. Берри, А. Парасурамана, В. Зейтамля применительно к отечественным реалиям функционирования организаций системы технического регулирования.

Ключевые слова: информация, взаимодействие, потребители, информационное обеспечение, стандартизация, техническое регулирование.

UDC 006.015.5

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE QUALITY OF INFORMATION SERVICES FOR INTERESTED PARTIES IN THE SPHERE OF STANDARDIZATION, CERTIFICATION, METROLOGY AND CONFORMITY ASSESSMENT BASED ON THE QUALITY MODEL OF L. BERRY, A. PARASURAMAN, V. ZEYTAML

Balvanovich A.V., candidate degree of economic science

The article provides the main directions for improvement of the quality of provision of information services for interested parties in the sphere of standardization, certification, metrology and conformity assessment based on the quality model of L. Berry, A. Parasuraman, V. Zeytaml. Such suggestions are based on adaptation of the model of the quality of services by L. Berry, A. Parasuraman, V. Zeytaml applied to domestic conditions of functioning of organizations of technical regulation system.

http://iea.gostinfo.ru/files/2014_01/2014_01_06.pdf

Keywords: information, interaction, consumers, information provision, standardization, technical regulation.

Одним из ключевых направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ организаций, уполномоченных Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии на удовлетворение потребностей всех заинтересованных лиц в информации в области стандартизации, сертификации, метрологии и технического регулирования является предоставление информационных, консультационных и коммуникационных услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими не уполномоченными организациями. Особое внимание необходимо сосредотачивать на процессе непрерывного совершенствования услуг, которые должны превосходить услуги конкурентов по всем позициям, а также превосходить ожидания данных заинтересованных лиц.

Однако на сегодняшний день наблюдаются определенного рода затруднения в области обеспечения качества предоставляемых услуг, выраженных в разрыве между ожиданиями потребителей и восприятии потребителями предоставленных услуг, в том числе и у организаций, уполномоченных на удовлетворение потребностей в информации в области технического регулирования в целом. С целью преодоления данного рода затруднений предлагается использовать модель качества услуг Л. Берри, А. Парасурамана, В. Зейтамля, которая представлена на рисунке 1.

Указанные затруднения применительно к процессу предоставления услуг поиска и приобретения необходимых стандартов могут иметь следующие проявления.

1. Диссонанс между ожиданиями потребителей и субъективным представлением руководства организации о возможных ожиданиях потребителей. Руководство может не обладать достаточной информацией об базовых критериях, на которых основывается оценка качества

предоставления услуги потребителем. Следовательно, могут ставиться неправильные акценты при обслуживании. Например, удобство поиска документа на сайте электронного магазина может иметь больший приоритет при оценке качества нежели, предлагаемый ряд сопутствующих либо смежных документов.



Рис. 1. Разрывы в ожидании качества услуг по В. Зейтамлю, А. Парасураман, Л. Берри

Снижение вероятности возникновения данного диссонанса возможно за счет интеграции потребителей и пользователей в систему непрерывного

совершенствования порядка взаимодействия потребителя и поставщика услуги.

2. Диссонанс между субъективным представлением руководства организации о возможных ожиданиях потребителей и интерпретации данного субъективного представления руководства организации о возможных ожиданиях потребителей в виде внутренних документов, описывающих возможный спектр предоставляемых услуг. Наличие внутренних документов, в т.ч. и регламентов предоставления услуг, не исключает невозможности их исполнения на практике по объективным либо субъективным причинам. Например, выполнение услуги по поиску архивных документов, документов, выведенных из обращения, документов, утративших силу, может превысить установленные для этого временные рамки. Следовательно, необходимо сформировать условия по планомерной оцифровке всех документов, находящихся в Федеральном информационном фонде технических регламентов и стандартов, а также документов в области стандартизации, метрологии и сертификации стран, входящих в Таможенный союз в рамках Евразийского экономического сообщества.

Снижение вероятности возникновения данного диссонанса возможно за счет разработки внутрикорпоративных стандартов обслуживания с привлечением: руководства организаций, высшего менеджмента, персонала, осуществляющего непосредственное взаимодействие с потребителями, а также самих потребителей.

3. Диссонанс между интерпретацией субъективного представления руководства организации о возможных ожиданиях потребителей в виде внутренних документов, описывающих возможный спектр предоставляемых услуг, и непосредственным уровнем качества предоставления услуг. Данный диссонанс может проявляться в неудовлетворенности работой персоналом, задействованным в процессе предоставления услуг, вызванной: высокой загруженностью; противоречивостью требований руководства; информационным вакуумом в области обновления данных о принимаемых

либо ожидаемых к принятию нормативных документов в области стандартизации, метрологии и сертификации и т.д. Противоречивостью требований – например, оперативность обслуживания, быстрота реакции и ответа на поставленные потребителем вопросы может отрицательно влиять на полноту спектра информации о потребителе.

Снижение вероятности возникновения данного диссонанса возможно за счет повышения квалификации и оперативного информирования персонала, занятого в обслуживании, как о новых поступлениях, так и о тенденциях в области стандартизации и в особенности принимаемых технических регламентах, а также пользовательского развития информационных систем и возможность их применения при взаимодействии потребителей и распространителей информации в области стандартизации.

4. Диссонанс между непосредственным уровнем качества предоставления услуг и внешней информацией о данной услуге. Следует отметить, что источник информации – это любая система, вырабатывающая сообщение или содержащая информацию, предназначенную для её передачи [1]. Потенциальный потребитель услуги принимает решение об обращении на основе интерпретации получаемой информации. Данную информацию он может обнаружить как у официальных представителей организации, уполномоченной на распространение информации по стандартизации, сертификации, метрологии и оценке соответствия, так и из неофициальных источников. К неофициальным источникам следует отнести все места размещения информации (печатные и электронные СМИ, социальные сети и т.д.), не относящиеся к уполномоченным организациям, что суммарно может в значительной степени превышать объемы официальной информации. Диссонанс возникает, когда заявленная информация не соответствует фактической действительности.

Снижение вероятности возникновения данного диссонанса возможно за счет разработки и реализации политики организаций, уполномоченных на распространение информации в области стандартизации, а также

Росстандарта в целом в области информирования граждан страны о созидательной деятельности данных организаций.

5. В результате проявления приведенных разрывов, как комплексно, так и по отдельности, возникает наиболее значимый и ключевой диссонанс между ожиданиями потребителей, сформированными на основе комплекса источников информации об организации, и субъективным представлением потребителей о получаемых услугах. Иными словами, событие, которое, по мнению потребителя, должно произойти, не происходит.

Исходя из приведенной выше модели, можно сделать вывод о том, что процесс оказания услуг предоставления всем заинтересованным лицам информации в области стандартизации, сертификации, метрологии и оценке соответствия, а также поддержания соответствия данных услуг ожиданиям потребителей, является весьма сложным и генерирует весьма значительные риски.

В своих исследованиях Л.Берри, А. Парасураман, В. Зейтамль выявили базовые критерии, на которые ориентируются потребители при определении качества предоставляемой услуги в не зависимости от ее характера [2]. Данные критерии являются универсальными и вполне применимы для организаций, предоставляющих информационно-консультационные услуги в области технического регулирования.

1. Доступность услуги. Информация общего характера должна предоставляться заинтересованным лицам посредством сети Интернет в режиме 24 на 7. Частные вопросы и потребности должны разрешаться в удобное время и в максимально сжатые сроки, как посредством электронной почты, так и непосредственно через телефонное общение. Круглосуточный режим взаимодействия может быть реализован на основе внедрения территориально распределенной коммуникационно-консалтинговой системы, построенной на базе ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», которое имеет свои представительства в г. Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре и Новосибирске.

2. Коммуникабельность. Описание предоставляемых услуг должно быть точным и доступным для понимания потенциальному потребителю, при этом должны быть описаны процедуры: поиска необходимых документов, заказа, доставки, оплаты, пользования документами и т.д.

3. Компетентность. Персонал, осуществляющий непосредственный контакт с потребителем, должен обладать знаниями, умениями и навыками, необходимыми для решения поставленных задач. Они должны относиться не только непосредственно к области стандартизации, сертификации, метрологии, оценке соответствия, но и информационным технологиям (например, при формировании системы взаимодействия посредством электронного магазина; в случае необходимости уточнения характера использования АИС «ЭКСПРЕСС – СТАНДАРТ», в рамках которой размещены для ознакомления заинтересованных лиц окончательные редакции проектов национальных стандартов, которые утверждены Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии и т.д.) [3].

Также выделяются: обходительность/вежливость. Соблюдение общепринятых правил поведения в общении с потребителями; Доверительность: на компанию и ее служащих можно положиться, т. к. они действительно стремятся удовлетворить любые запросы клиентов. Надежность: услуги предоставляются аккуратно и на стабильном уровне. Отзывчивость: служащие отзывчивы и творчески подходят к решению проблем и удовлетворению запросов клиентов. Безопасность: предоставляемые услуги не несут с собой никакой опасности или риска и не дают повода для каких-либо сомнений. Осязаемость: осязаемые компоненты услуги верно отражают ее качество [4].

Учет приведенных выше разрывов в ожидании качества услуг, а также базовых критериев оценки качества предоставления услуг организациями системы Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии Министерства промышленности и торговли Российской

Федерации позволит повысить качество обслуживания, уровень информированности и грамотности среди потребителей услуг как потенциальных, так и фактических, сделать процесс взаимодействия обоюдовыгодным.

Список использованных источников и литературы

1. Большая советская энциклопедия: В 30 т. – М.: «Советская энциклопедия», 1969-1978.
2. Экономика. Толковый словарь. – М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир», 2000.
3. [Электронный ресурс] <http://www.gostinfo.ru/PRI/>
4. Челенков А.П. Управление качеством сервисных продуктов [Электронный ресурс] http://www.iteam.ru/publications/quality/section_60/article_913/

© А.В. Балванович, 2014