

ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА УСЛУГ СВЯЗИ: ПОДХОДЫ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Д. Ф. Ямбушев, студент 4 курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева»

Л. И. Бирюкова, канд. экон. наук, доцент кафедры управления качеством ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева»

В статье рассмотрены подходы и принципы к разработке системы показателей качества услуг связи и выделены две группы показателей: потребительские свойства услуги и показатели качества работы сети.

Ключевые слова: связь, телекоммуникации, показатели качества, потребители, качество обслуживания, рынок телекоммуникационных услуг

На сегодняшний день информатизация общества приводит к широкому распространению услуг связи в целом, и, прежде всего, телекоммуникационных услуг. Рынок телекоммуникационных услуг демонстрирует в последнее десятилетие очень высокие темпы роста, став одним из ключевых секторов экономик развитых стран и играя все большую роль в социально-экономической жизни общества.

Российский рынок телекоммуникационных услуг является одним из самых динамичных в мире, в свою очередь, телекоммуникации являются одними из лидеров в России по темпам роста, опережая такие отрасли как нефтегазовая и металлургическая.

Телекоммуникации являются системообразующей отраслью для инновационной экономики, призванной обеспечить потоки информации. Соответственно, опережающее развитие телекоммуникаций является фундаментом формирования новой инновационной экономики России. Поэтому нет необходимости лишний раз подчеркивать важность для развития операторского бизнеса обеспечения надлежащего уровня качества телекоммуникационных услуг и создания специальной системы показателей оценки качества.

На сегодня для оценки качества телекоммуникационных услуг приходится решать сложные задачи, связанные с процессами технического обслужива-

ния оборудования, обеспечением информационной безопасности, бизнес-процессами внутри предприятия и т. д. При этом объем и требуемая скорость переработки информации постоянно увеличиваются, и роль центров обработки данных в этой системе возрастает.

Тенденции последних лет все больше заставляют крупнейшие телекоммуникационные компании, такие как «МТС», «Связьинвест», «ВымпелКом», «Мегафон», «Ростелеком», «Уралсвязьинформ», смещать акцент с погони за технологическим совершенством предлагаемых услуг на нужды абонентов – реальных клиентов, приносящих доход, и все более прислушиваться к их требованиям. Такой же стратегии придерживается ОАО «ВолгаТелеком», Филиал которого действует и в Республике Мордовия. Данная стратегия позволяет существенно снизить отток клиентов и продолжать увеличивать абонентскую базу. Вполне естественно, что отслеживание уровня удовлетворенности абонентов качеством оказанных телекоммуникационных услуг приобретает весьма важное значение. [3]

Традиционно для оценки качества товаров и услуг использовались показатели функционирования технических средств, их элементов, объектов и др. Большая часть этих показателей регламентирована. В отношении же показателей качества услуг ситуация менее благоприятная.

Если для отдельных показателей качества услуг (групп показателей) имеются регламентирующие источники, то система показателей качества услуг с позиции пользователей не имеет общепризнанного утвержденного правового поля. При решении конкретной задачи каждый раз система показателей формируется заново.

В условиях дефицита услуг и централизованного управления данный вопрос остро не вставал. Однако в рыночных условиях, когда растет конкуренция, увеличивается спрос на высококачественные услуги, развивается система защиты прав потребителей, изменяются позиции компаний на рынке, решение данной проблемы приобретает особую актуальность.

Следует учитывать, что существует определенный международный опыт в этой области. Так, в странах Европейского союза установлен гарантированный государством уровень качества универсальных услуг (в частности, по голосовой телефонии) по довольно широкому перечню показателей, характеризующих важные для пользователей потребительские свойства услуг, по которым компании обязаны публично объявлять уровень качества своих услуг.

В области телекоммуникаций в России имеются разработки НИИ «Интер-экомс» по системам показателей качества разных услуг связи, которые предназначены для проведения оценки качества услуг конкретных компаний. Выбор номенклатуры показателей качества услуг определяется целями использования системы показателей.

Система показателей качества услуг может быть использована компанией при:

- представлении услуги на рынке,
- оценке соответствия услуги (как внутренней, так и внешней оценке),
- регулировании отношений между компанией и клиентами,
- внутреннем контроле качества работы служб предприятия по предоставлению услуг,
- взаимодействии компаний, совместно предоставляющих услуги пользователям, и др.

При формировании системы показателей качества услуг перед компанией встает вопрос: по каким критериям следует выбирать показатели? Действительно, услуги можно оценивать большим количеством показателей, характеризующих качество услуги, но не все они ощущаются пользователями. По ряду услуг существует достаточно большой набор утвержденных на разных уровнях показателей, определены методики их оценки.

Данные показатели ориентированы на использование внутри компании, сформулированы в терминологии, понятной только специалистам в конкретной области.

Кроме того, они в основном характеризуют технологическую сторону качества услуги и не отражают другие аспекты качества услуги. [2]

Поэтому необходимо выделить из имеющихся показателей именно те, которые характеризуют важнейшие потребительские свойства услуги, и описать их в терминах, понятных как компании, так и клиенту, а по неохваченным аспектам качества услуги нужно дополнительно разработать показатели с учетом следующих факторов:

1. В основу классификации показателей качества услуг целесообразно положить потребительские свойства услуг связи, в том числе:

- доступность;
- быстродействие;
- точность;
- бесперебойность;
- качество передачи (воспроизведения);
- готовность (надежность);
- качество обслуживания (при взаимодействии с персоналом).

2. Каждое потребительское свойство услуги определяется группой первичных и производных показателей.

К первичным относятся показатели, определяемые путем прямого наблюдения (например, время установления соединения). К производным относятся показатели, определяемые на основе одного или нескольких первичных показателей и пороговых значений для этих первичных показателей (например, коэффициент готовности).

Потребительские свойства услуги могут оцениваться как абсолютными, так и относительными показателями.

3. Система показателей качества услуг связи должна включать как характеристики качества обслуживания (в широком смысле), так и характеристики качества работы сети. Под качеством обслуживания принято понимать показатель определяющий степень удовлетворенности пользователя обслуживанием.

При этом характеристики качества обслуживания:

- ориентированы на эффект, воспринимаемый пользователем,
- не зависят от определений, касающихся внутренней структуры сети,
- измеряются в точке доступа к услуге,
- описываются в терминах, понятных как пользователю, так и предприятию.

Такое широкое понятие качества обслуживания следует отличать от качества обслуживания в узком смысле, касающегося только оценки удовлетворенности пользователя процессом взаимодействия с персоналом компании, предоставляющей услуги (вежливость, компетентность и др.). То есть при оценке качества обслуживания следует учитывать не только удовлетворенность пользователей при взаимодействии с персоналом компании, но и качество работы служб (режим работы, оперативность, размещение служб и др.) на всех этапах предоставления услуг: заключении договора, устранении повреждений, реакции на претензии (жалобы) пользователей и т.п.

Кроме показателей качества обслуживания при оценке качества услуги должны учитываться показатели качества работы сети, которые:

- описывают способность сети или части сети выполнять функции по обеспечению связи между пользователями,
- определяют характеристики доступности, точности, скорости и бесперебойности работы сети,
- относятся к рабочим характеристикам элементов соединения (линий, коммутаторов и др.),
- ориентированы на разные аспекты их использования: разработку, эксплуатацию и техническое обслуживание,
- измеряются на границах элементов соединения (на входе или выходе коммутатора и др.).

Традиционно показателям качества работы сети и оборудования, работающего на сети, отдавалось предпочтение при оценке качества услуг связи. Однако в последние годы на рынке телекоммуникационных услуг произошли качественные изменения на рынке. Пользователи услуг, с одной стороны, стали

более требовательны к уровню качества услуг. С другой стороны, увеличились темпы развития рынка услуг, возросла конкуренция, что расширило возможности пользователей в части выбора провайдера. В таких условиях на первый план выступает качество обслуживания, и при формировании системы показателей с позиции пользователя предпочтение следует отдавать именно показателям качества обслуживания, а показатели качества работы сети использовать для углубления и подтверждения оценок качества обслуживания.

4. Количество показателей качества, используемое для формирования системы показателей конкретной услуги, должно быть достаточным, чтобы оценить все основные потребительские свойства услуги. В противном случае не будет выполняться требование полноты оценок, предъявляемое к показателям и методам при оценке качества услуг.

5. Показатели качества услуг, включаемые в систему показателей, должны поддаваться измерению и оценке.

Для того чтобы это условие выполнялось, необходимо одновременно с определением перечня показателей рассматривать соответствующие методы сбора данных.

6. Наряду с известными и широко распространенными показателями качества услуг при формировании системы показателей целесообразно принимать во внимание новые, ранее не использовавшиеся показатели, связанные с появлением новых технологий предоставления услуг.

Это касается как традиционных услуг связи, предоставляемых на базе современных технологий, так и вновь появившихся услуг. Например, для обеспечения качества появившихся новых услуг голосовой телефонии, предоставляемых с помощью протокола IP, существенное значение имеет величина задержки голосового сигнала. Данный показатель ранее для оценки качества традиционных услуг телефонии не использовался. Показатели качества услуг, основанных на новых технологиях, находятся по большей части в стадии разработки.

7. В состав формируемой системы показателей качества услуг могут быть включены показатели действующей статистической отчетности отрасли.

Таким образом, состав и значения показателей качества услуг компании определяются исходя из потребительских свойств услуги, установленных или предполагаемых потребностей клиентов, а также с учетом обязательных требований регламентирующих документов. При этом состав и значения показателей качества услуг зависят от вида услуги и класса обслуживания пользователей.

С помощью системы показателей качества услуг оценивается фактический уровень качества составляющих элементов бизнес-процессов и их организационного взаимодействия, а также определяются возможные пути эффективного совершенствования процессов предоставления услуг.

Теперь проанализируем систему показателей качества услуг с позиций стратегического менеджмента. Характеристики услуг (продукции) и их качество зависят, в конечном счете, от работы всей организации. Для обеспечения эффективной работы на телекоммуникационном рынке поставщику услуг связи необходимо постоянно стремиться к оптимизации основных бизнес-процессов.

Один из этапов выработки стратегии организации – формирование целей по всем ключевым видам деятельности компании. Повышение качества продукции, разумеется, является одним из стратегических приоритетов поставщика услуг, но отнюдь не единственным.

Отметим, что до середины 70-х годов прошлого столетия мониторинг деятельности предприятия связи отражал технические показатели работы сети, качества услуг, работы персонала. Затем акцент сместился в сторону финансовых показателей, которые не в последнюю очередь зависят от качества предоставления услуг.

В Рекомендациях МСЭ-Т Е.419 (2006 г.) «Бизнес-ориентированные ключевые показатели эффективности для управления сетями и услугами» вводятся понятия ключевых характеристик эффективности и ключевых показателей эффективности по аналогии со сбалансированной системой показателей (Роберта Каплана и Дэвида Нортона).

Различные ключевые показатели эффективности устанавливаются для разных уровней управления в зависимости от организационной структуры компании связи: на уровне всей организации, отдельных подразделений, функций (или более низовых уровней управления). На каждом уровне определяется множество показателей с необходимой детализацией.

Ключевые показатели эффективности, определенные с точки зрения организации, на соответствующих уровнях должны соответствовать показателям качества обслуживания, определенным с позиций пользователей. Такой подход позволяет применять не просто доступные для измерения показатели, а показатели, необходимые для оценки выполнения ключевых задач всей компании и ее подразделений.

Следует также обратить внимание на необходимость постоянного изучения динамики потребностей пользователей, поскольку эти требования изменяются со временем в зависимости от многих факторов – уровня жизни, развития технической базы услуг и пр. Изменение требований влечет за собой необходимость изменения показателей качества и соответствующих норм.

При разработке каждого показателя качества необходимо одновременно устанавливать согласованные между собой его определение, область действия и рекомендуемый метод измерения, что позволит получать воспроизводимые и сравнимые между собой результаты измерений. В дальнейшем поставщику услуг необходимо создать систему сбора данных для оценки показателей и разработать механизмы реакции на появление серьезных отклонений показателей от установленных нормативов.

Таким образом, предприятиям телекоммуникационного сектора, в том числе ОАО «ВолгаТелеком», при разработке системы показателей качества услуг необходимо:

- отслеживать не только технические показатели работы сети, но и показатели качества обслуживания клиентов;
- формировать сбалансированную систему оценки этих показателей;
- использовать разнообразные методы сбора и анализа информации;

- определить механизм интеграции полученных результатов в систему стратегического планирования деятельности предприятия.

Библиографические ссылки

1. Иванов А. Б. Контроль качества в телекоммуникациях и связи / А. Б. Иванов, А. В. Засецкий / Часть 2 – М.: Сайрус системс, 2004. – 333с.
2. Мхитарян Ю. И. Совершенствование бизнеса на основе оценки и управления качеством услуг / Ю. И. Мхитарян, В. С. Лагутин. – М.: Интерэкомс, 2008. – 190с.
3. http://www.vixett.com/article/view/Telecom_Services_Quality.html
4. <http://marketing.rbc.ru/research/1211882.shtml>