

УДК 656.807

# Методические основы оценки качества услуг почтовой связи



В статье описан авторский подход к оценке качества услуг почтовой связи, предусматривающий:

- 1) использование двух групп оценочных показателей – качества результата и качества оказания услуги;
- 2) количественное измерение оценочных показателей методом анкетирования;
- 3) определение уровня (коэффициента) качества услуг почтовой связи.

Такой подход позволит операторам связи с минимальными затратами выстраивать гибкую систему мониторинга качества оказываемых услуг с учетом требований фактических потребителей, повышая тем самым конкурентоспособность своей деятельности.

## Ключевые слова:

качество услуг почтовой связи, ожидания и удовлетворенность качеством услуг почтовой связи, методики оценки качества услуг почтовой связи.

**Введение.** Одним из определяющих условий функционирования эффективной рыночной экономики является конкуренция. Именно она обеспечивает эффективную деятельность хозяйствующих субъектов и является стимулом ориентации производителей на интересы потребителей. В настоящее время в Республике Беларусь созданы все условия для либерализации рынка почтовой связи: сформирована нормативно-правовая база, упрощена процедура получения лицензий на оказание почтовых услуг, сокращены области прямого государственного регулирования, следствием чего стал рост числа операторов почтовой связи.

С усилением конкуренции растут и требования к качеству оказываемых операторами услуг как со стороны потребителей, так и со стороны регулирующих органов. Очевидно, что удовлетворение постоянно растущих требований невозможно без четко действующей системы мониторинга качества, основу которого составляет методический инструментарий оценочной деятельности. Однако современными учеными и практикующими менеджерами при огромном многообразии предлагаемых методов оценки качества пока не



**О.В. ДОМАКУР,**  
кандидат  
экономических  
наук,  
ученый секретарь



**Е.С. РОМАНОВА,**  
кандидат  
экономических  
наук,  
доцент кафедры  
экономики  
и управления

УО «Белорусская государственная академия связи»

сформирован универсальный методический подход к оценке качества услуг почтовой связи, учитывающий их специфические особенности и роль в современном информационном обществе. Поэтому разработка основных составляющих процедуры оценки качества таких услуг представляет научный интерес для дальнейшего их практического применения в деятельности как поставщиков услуг, так и органов регулирования почтового рынка.

**Этапы выработки методики оценки качества услуг почтовой связи.** Оценка качества услуг почтовой связи является сложной задачей, что обусловлено следующими причинами:

- 1) услуга, как правило, имеет индивидуальный характер, а у каждого потребителя своя шкала оценки удовлетворения потребностей;
- 2) качество услуг сложно оценить количественно и объективно;
- 3) современные технологические схемы предоставления услуг отличаются большим разнообразием и сложностью, включают много процессов и участников, разобренных территориально;
- 4) при определении качества услуг необходимо учитывать технические и социальные аспекты его проявления [1].

В общем виде оценка качества услуг почтовой связи может быть представлена в виде следующих основных этапов.

**Этап 1. Установление цели оценки качества.** Качество услуг могут оценивать разные участники рынка почтовой связи, решая при этом многообразные задачи. Например, поставщики услуг – с целью принятия управленческих решений, направленных на повышение уровня удовлетворенности своих клиентов и, соответственно, конкурентоспособности оказываемых услуг; потребители – для выбора наиболее приемлемого поставщика; регулятор – для проверки выполнения операторами лицензионных требований. Исходя из установленной цели, определяются задачи и формируются остальные составляющие методологии оценки.

**Этап 2. Выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой услуги.** Показатель качества – это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции (услуги), входящих в ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания и эксплуатации или потребления [2].

Задача выбора оцениваемых показателей – одна из самых сложных. Потребности постоянно меняются, услуги модифицируются

и совершенствуются, меняются технологии их оказания, поэтому качество услуг почтовой связи не является четко фиксированной характеристикой. В соответствии с современными представлениями [3], [4], [5] оно складывается из двух составляющих – качества процесса оказания услуги (качества обслуживания) и качества результата услуги. Поэтому в состав оценочных показателей качества услуг почтовой связи, по нашему мнению, следует включать две группы:

- 1) показатели качества *результата услуги*, характеризующие основной полезный эффект от пересылки почтовых отправлений. Это в первую очередь показатели назначения и надежности услуг – срок (скорость) пересылки, точность доставки, сохранность почтовых отправлений;
- 2) показатели качества *процесса оказания услуги*, характеризующие удобство пользования услугами (в т. ч. качество обслуживания потребителей при обращении непосредственно к сервисной организации). В состав этих показателей должны войти показатели доступности услуг почтовой связи (физической и экономической), время оказания услуги, время ожидания в очереди, компетентность персонала и др.

В действующей практике отечественных почтовых операторов единая система оценочных показателей качества почтовых услуг отсутствует. Оценка и мониторингу подлежат преимущественно показатели назначения и надежности (что обусловлено требованиями ВПС); периодически оцениваются показатели качества обслуживания (время оказания услуги, компетентность персонала). Практически не подлежат регулярной оценке показатели экономической доступности, оснащенности отделений почтовой связи техническими устройствами, показатели точности доставки и др.

**Этап 3. Выбор базового (эталонного) образца.** Оценка уровня качества базируется на сопоставлении значений показателей качества оцениваемой услуги с эталонными (нормативными) значениями показателей. В качестве эталонных значений могут выступать требования нормативных документов, значения показателей лучших на сегодняшний момент времени аналогов, ожидания потребителей. Так, например, в настоящее время при оценке сроков предоставления универсальных почтовых услуг операторы почтовой связи руководствуются Правилами оказания услуг почтовой связи общего пользования, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 сентября 2004 г. № 1111, в соответствии с которыми простые письма и посылки между

областными центрами должны пересылаться в течение трех дней ( $D + 2$ ), а между всеми остальными населенными пунктами – в течение четырех дней ( $D + 3$ ) [6]. Время оказания услуги регламентируется технологическими картами соответствующих услуг.

Очевидно, что в существующей практике в основу выбора базового образца положен формальный, индикативный принцип, в то время как мнение (ожидание) потребителей никак не учитывается. Вместе с тем качество услуг определяется как «совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя» [7], т. е. мнение потребителей становится главным критерием оценки качества. Следовательно, по нашему мнению, для повышения объективности оценки качества в качестве эталонных (базовых) значений необходимо более широко использовать суждения (представления, ожидания) реальных потребителей.

**Этап 4. Выбор или разработка метода определения показателей качества.** Определение показателя качества подразумевает нахождение его числового значения. Для этого на практике применяются различные методы оценки: *измерительный*, предусматривающий использование специальных инструментов, приборов; *регистрационный*, который основан на регистрации числа наступления определенных событий; *вычислительный*, базирующийся на применении специальных математических моделей; *социологический*, осуществляемый на основе сбора и анализа мнений об услуге ее фактических или потенциальных потребителей; *экспертный*, который реализуется группой специалистов в соответствующей области [2].

В настоящее время для определения показателей качества услуг почтовой связи используются разнообразные методы. Так, например, при измерении скорости пересылки почтовых отправлений операторы используют измерительный метод контрольных писем; при оценке качества обслуживания – экспертный метод «тайного покупателя»; при оценке сохранности почтовых отправлений – регистрационный метод фиксирования событий, происходящих с почтовыми отправлениями (система слежения), метод анализа жалоб и пр.

**Этап 5. Определение значения уровня качества и выработка рекомендаций.** В настоящее время существует достаточно много методов оценки качества услуг почтовой связи. Наше исследование показало [1], что наиболее распространенными из них являются:

1. *Квалиметрические методы*, предусматривающие нахождение количественного значения выбранных для оценки показателей качества и сравнение их с эталонными значениями. Данная группа предусматривает оценку двумя способами:

1.1. *Дифференциальным*. Этот метод основан на использовании единичных показателей качества, чтобы определить, по каким из них достигнут уровень эталонного значения и какие значения наиболее отличаются от эталонных. Именно такой метод в настоящее время применяется для оценки качества услуг РУП «Белпочта», т. е. оценка осуществляется по отдельным показателям путем сравнения их достигнутого фактического значения с установленными нормативами (определяемыми внутренними документами предприятия, нормативными актами, требованиями ВПС и т. д.). Измерение значений показателей осуществляется силами специалистов РУП «Белпочта» путем анализа внешней и внутренней документации.

1.2. *Комплексным*. Данный метод основан на формировании модели комплексного показателя качества как функции единичных показателей качества с учетом их весомости. В отличие от дифференциального он позволяет получить обобщенную оценку уровня качества по каждой оцениваемой услуге с учетом значимости отдельных ее составляющих для конкретных потребителей.

2. *Маркетинговые методы оценки качества услуг* и, в частности, метод SERVQUAL, базирующиеся на механизме сравнения ожиданий потребителей с восприятием результата в процессе и после окончания оказания услуг<sup>1</sup>.

**Преимущества и недостатки методик оценки качества услуг почтовой связи.** Комплексный метод и метод SERVQUAL, по нашему мнению, являются наиболее приемлемыми для оценки качества услуг почтовой связи в современных условиях. Их сравнение по этапам процедуры оценки уровня качества приведено в таблице.

Как видно из таблицы, применение **метода комплексной оценки** предусматривает обязательное

<sup>1</sup> Метод SERVQUAL (от сокращения двух английских слов: SERV от service («сервис») и QUAL от quality («качество»)) был предложен в 1985 г. А. Парасураманом, Л. Берри и В. Цайтамлем и до сих пор остается самым популярным при проведении оценки качества услуг [4].

Таблица – Сравнительная характеристика методов оценки уровня качества услуг почтовой связи по этапам оценки

Содержание этапа	Комплексный метод	Метод SERVQUAL
Установление цели оценки	Цель определяется заказчиком оценки	
Выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой услуги	Показатели устанавливаются по каждой из оцениваемых услуг в разрезе двух групп: показателей качества результата и показателей качества процесса оказания услуг	Показатели устанавливаются по всей номенклатуре оказываемых услуг в разрезе двух групп: показателей качества результата и показателей качества процесса оказания услуг
Выбор базового (эталонного) образца	В качестве эталонного значения используются международные и внутренние нормативные документы, технологические карты по каждому виду услуг	В качестве эталонного значения используются ожидания потребителей
Выбор или разработка метода определения показателей качества	Все показатели качества оцениваются количественно различными методами: показатели результата услуг – измерительным и расчетным, показатели качества процесса оказания услуг – методом экспертной оценки или социологическим опросом	Оценивается восприятие качества результата и процесса оказания услуг при помощи анкетирования
Определение уровня (коэффициента) качества	Уровень качества определяется как отношение суммы показателей качества с учетом весомости этих показателей оцениваемой услуги к сумме эталонных значений показателей качества. Положительным считается значение $Q$ , стремящееся к единице	Уровень (коэффициент) качества услуги определяется по результатам анкетирования как отклонение восприятия потребителей по каждому показателю качества от ожидания с учетом значимости параметра. Удовлетворительным результатом является отрицательное значение коэффициента качества, стремящееся к нулю
Выработка рекомендаций	Методика позволяет получать сведения, по каким параметрам качества услуг не достигнуто эталонное значение, и провести корректирующие действия в изменении организации производства и труда соответствующих процессов	

формирование системы оценочных показателей для каждого вида услуг, определение по каждому показателю эталона, а также использование разнообразных методов количественного измерения показателей, что позволяет получить обобщенную оценку уровня качества. Однако очевидно, что данный метод оценки отличается высокой трудоемкостью, а также имеет и другие недостатки:

- высокие расходы на реализацию регулярного мониторинга (расчеты показали, что проведение единичной оценки по трем базовым почтовым услугам потребует от оператора затрат в размере 21 тыс. рублей при ее выполнении собственными силами и 33,5 тыс. руб. при привлечении сторонней организации);
- риск предоставления неверных (завышенных) данных операторами почтовой связи (т. к. они заинтересованы в увеличении своей оценки);
- невозможность (ограниченность) привлечения потребителей к оценке качества услуг почтовой связи. Последний недостаток в условиях постоянного роста требований потребителей к качеству услуг почтовой связи на фоне развития конкуренции в данном рыночном сегменте делает этот метод малоэффективным для решения задач непрерывного повышения конкурентоспособности услуг почтовых операторов.

Напротив, метод **SERVQUAL** ориентирован на оценку восприятия качества непосредственно

потребителями. Он прост в применении и не требует существенных финансовых затрат на реализацию.

Для его применения оператору связи необходимо: определить перечень оцениваемых показателей качества услуг;

разработать анкету, включающую оценку ожиданий и восприятия потребителями качества услуг почтовой связи по  $n$ -балльной шкале;

каждый показатель качества преобразовать в несколько утверждений, понятных для потребителя;

провести анкетирование потребителей, по результатам которого рассчитать коэффициент качества.

Помимо этого, данный метод позволяет:

избежать установления количественных нормативов и проведения сложных расчетов;

оценивать каждую услугу, а также качество услуг на всех уровнях управления – от отделения связи до всего предприятия;

оценивать качество услуг почтовой связи разных стран;

легко корректироваться с учетом изменения предпочтений потребителей и расширения номенклатуры оказываемых услуг.

Безусловно, данный метод также не лишен недостатков (например, необходим охват большого количества потребителей для составления



объективной картины), однако простота применения делают его наиболее эффективным в современных условиях.

**Заключение.** Таким образом, в условиях либерализации почтового рынка перед всеми операторами остро стоит проблема повышения конкурентоспособности оказываемых услуг, от решения которой напрямую зависит их успешная деятельность. А главным фактором конкурентоспособности является качество, обеспечение которого невозможно без четко организованной системы его оценки и мониторинга.

Оценка качества услуг операторами почтовой связи в настоящее время осуществляется в соответствии с критериями, выработанными операторами самостоятельно. Это связано с отсутствием универсальной методики, учитывающей специфические особенности почтовых услуг, их роль и место в современном информационном обществе.

Поэтому, базируясь на современных представлениях, а также учитывая особенности объекта оценки, качество услуг почтовой связи следует определять путем анкетирования потребителей по двум группам оценочных показателей (показатели качества результата и качества процесса оказания услуги) методом сравнения их ожидаемый до оказания услуги с реальным результатом

восприятия качества в процессе оказания услуги и после его завершения (методом SERVQUAL).

Такой подход позволит операторам почтовой связи с минимальными затратами выстраивать гибкую систему мониторинга качества оказываемых услуг, которая учитывает изменяющиеся требования потребителей, и повышать тем самым конкурентоспособность своей деятельности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Романова, Е.С., Домакур, О.В.** Качество услуги: сущность и методика оценки / Е.С. Романова, О.В. Домакур // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2017. – № 9. – С. 28–33.
2. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения: ГОСТ 15467-79. – Москва: Стандартформ, 2009. – 22 с.
3. **Абрамов, С.С.** Оценка качества услуг с учетом позиции потребителя / С.С. Абрамов // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: экономика. – 2011. – № 1. – С. 87–95.
4. **Ватолкина, Н.Ш.** Формирование системы оценки качества услуг в организации / Н.Ш. Ватолкина // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2009. – № 2 (75). – С. 54–66.
5. **Филатова, Т.А.** Критерии оценки качества услуг в сервисной организации / Т.А. Филатова // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 14. – № 6. – С. 8287.
6. Правила оказания услуг почтовой связи общего пользования: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 7 сент. 2004 г., № 1111. – Режим доступа: <http://www.belpost.by/info/pravila/>. – Дата доступа: 10.11.2017.
7. Услуги населению. Термины и определения // Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации [Электронный ресурс]. – 1995. – Режим доступа: <http://www.vashdom.ru/gost/30335-95/#i77087>. – Дата доступа: 25.10.2017.

*The article describes the author's approach to the evaluation of the quality of postal services, which includes: 1) the use of two groups of evaluation indicators – indicators of the result quality and the service delivery process quality; 2) quantitative measurement of evaluation indicators by the method of questioning; 3) determination of the level (ratio) of quality of the postal services. This approach will allow postal operators to build a flexible system of monitoring the quality of services provided, taking into account the requirements of actual consumers, thereby increasing the competitiveness of their activities.*