**Задание 2**

**Оценка качества предоставляемой услуги.**

С помощью методики **SERVQUAL** оцените качество услуги. Можно оценивать любую услугу по Вашему выбору. Объем целевой выборки – 30 человек.

**Методика исследования заключается в следующем.**

Потребителям предлагается заполнить анкету (таблица А).

**Первая часть анкеты** с 5-балльной шкалой Лайкерта «полностью не согласен — полностью согласен» **фиксирует ожидания потребителей** относительно пяти вышеперечисленных критериев качества услуги и предполагает высказывание своих ожиданий относительно лучшего предприятия сферы услуг по 17 позициям (необходимо адаптировать представленные варианты утверждений под выбранную Вами сферу услуг).

**Вторая часть** с помощью аналогичной шкалы **фиксирует потребительское восприятие качества на конкретном предприятии** сферы услуг и предполагает оценку потребителями степени соответствия обследуемого предприятия своим ожиданиям по тем же 17 позициям (необходимо выбрать конкретное предприятие работающее в выбранной Вами сфере услуг. Например: образовательные услуги - СПбГУТД).

**Третья часть** анкеты **фиксирует важность** перечисленных **критериев** при оценке качества услуги. Т.е. потребитель высказывает мнение о том, насколько важен каждый из критериев при оценке качества услуги.

**Обратите внимание на разницу в формулировках трех представленных частей анкеты.**

При оценке качества в сфере услуг ис­пользуют следующие основные критерии:

1. Материальность - материально-техническая оснащенность организации и ее квалификационный состав;

2. Надежность — выполнение обещаний, данных потребителю, а также престиж организации в целом;

3. Отзывчивость — профессионализм и дисциплинированность трудового коллектива;

4. Убежденность — вежливость и тактичность коллектива, его компетентность, уверенность и внимательность к потреби­телю;

5. Сочувствие — индивидуальный подход к потребителю, пони­мание его нужд и выражение заботы о нем.

Критерий “материальность” представлен тремя вопросами (М1-М3), “надежность” – четырьмя вопросами (Н4-Н7), “отзывчивость” – тремя вопросами (О8-О10), “убежденность” – тремя вопросами (У11-У13), “сочувствие” – четырьмя вопросами (С14-С17).

**Далее результаты анкетирования** обрабатываются с помощью рейтинговой оценки (средний балл) и представляются в виде таблицы (таблица В).

Единицей измерения служит коэффициент качества Q, который является цифровым выражением состояния качества по пяти кри­териям. Коэффициент качества Q рассчитывается как разница рей­тингов восприятия и ожидания по каждому из 17 подкритериев:

Qn=Pn-En

где Qn - коэффициент качества по критерию n; Pn - потребительское восприятие качества по критерию n (вторая анкета); En - потребительское ожидание качества по критерию n (первая анкета).

На основе полученных 17 коэффициентов качества можно рассчитать, как пять общих коэффициентов качества по каждому из пяти критериев (средние значения суммы подкритериев по каждому из пяти критериев), так и глобальный коэффициент качества (средние значение суммы всех 17 коэффициентов качества). Удовлетворительным результатом считаются коэффициенты качества, максимально приближающиеся к нулевому значению.

Для анализа и графической презентации результатов исследования используют адаптированную методику анализа “важность-исполнение”, позволяющую анализировать результаты исследования как бы в двухмерной форме с использованием двух осей координат – “важность” и “коэффициенты качества” (рисунок 1). Минимальные и максимальные значения “важности” и “качества” выставляются по данным проведенного Вами исследования. Далее на график наносятся 17 точек, соответствующие 17 критериям.

 **Рисунок 1**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3кв |  |  **max Bаж** | 1кв | **1 квадрант** – высокие коэффициенты качества, высокая важность**2 квадрант** – высокие коэффициенты качества, низкая важность |
| **min Q**4кв |  |  **min Важ** | **max Q**2кв | **3 квадрант** – низкие коэффициенты качества, высокая важность**4 квадрант** – низкие коэффициенты качества, низкая важность |
|  |  |  |  |  |

**Таблица А**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Анкета SERVQUAL****Часть 1. (Ожидания).** Инструкции. Просим высказать Ваше мнение относительно тех кри­териев, которым должно соответствовать идеальное предприятие сферы услуг. Для оценки используйте шкалу, представленную ниже. Если Вы пол­ностью согласны с представленным утверждением, то обведите цифру 5 напротив него. Если Вы полностью не согласны с этим утверждением, то обведите цифру 1. Остальные значения (2, 3 и 4) отражают степень Вашего приближения к той или иной крайней точке зрения. Просим Вас ответить на каждый вопрос.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| М1 | 1. Оно должно иметь современную материально-техническую базу  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| М2 | 2. Интерьеры помещений должны быть в отличном состоянии | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| М3 | 3. Сотрудники должны быть приятной наружности и опрятны | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Н4 | 4. Руководство должно выполнять свои обещания | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Н5 | 5. Если у потребителей случаются проблемы, то, руководство и сотрудники должны пытаться их решить | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Н6 | 6. Руководитель предприятия должен иметь высокий авторитет | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Н7 | 7. Приказы руководителя должны исполняться аккуратно и в срок | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| О8 | 8. Сотрудники должны быть дисциплинированными | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| О9 | 9. Сотрудники должны быть высокопрофессиональными | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| О10 | 10. Сотрудники должны помогать потребителям с выбором услуги | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| У11 | 11. Между сотрудниками и клиентами должна существовать атмосфера доверия и взаимопонимания | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| У12 | 12. Сотрудники должны быть вежливы по отношению к клиентам | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| У13 | 13. Руководство должно оказывать всяческую поддержку сотрудникам для эффективной работы с потребителем | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| С14 | 14. К покупателям должен проявляться индивидуальный подход | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| С15 | 15. Сотрудники должны проявлять личное участие в выборе комплекса услуг потребителем | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| С16 | 16. Сотрудники должны ориентироваться на интересы потребителей | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| С17 | 17. Расписание работы должно быть удобным для потребителей | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

**Часть 2. (Восприятие)** Инструкции. **Просим высказать Ваше мнение относительно соответ­ствия конкретного предприятия сферы услуг перечисленным ниже критериям.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Предприятие “xxx” имеет современную материально-техническую базу  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. Интерьеры помещений “xxx” в отличном состоянии  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. Сотрудники “xxx” приятной наружности и опрятны  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. Руководство “xxx” выполняет свои обещания  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5. Если у потребителей случаются проблемы, то руководство и сотрудники “xxx” пытаются их решить  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6. Руководитель “xxx” имеет высокий авторитет | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| **И т.д. до 17** |  |  |  |  |  |

**Часть 3. (Важность)** Далее проводится оценка важности критериев.Инструкции. **Просим высказать Ваше мнение относительно важности для Вас перечисленных ниже критериев при выборе предприятия сферы услуг.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Современная материально-техническая база  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. Интерьеры помещений  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. Приятная и опрятная наружность сотрудников | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. Выполнение руководством своих обещаний | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5. Попытки руководства и сотрудников решить проблемы клиентов | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6. Высокий авторитет руководителя | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| **И т.д. до 17** |  |  |  |  |  |

Спасибо за участие в исследовании |

**Результаты исследования качества услуги (пример) Таблица В.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № и тип | Экспертные оценки | Рейтинг воспри­ятия Pn | Рейтинг ожида­ния En | Коэффи­циент качества Qn  | Рейтинг важности  |
| М1 | Современная материально-техническая база  | 3,8 | 4.7 | -0,9 | 4,7 |
| М2 | Интерьеры помещений | 3,9 | 4,2 | -0,3 | 4,0 |
| М3 | Внешний вид сотрудников | 4,2 | 4.5 | -0,3 | 4,2 |
| Н4 | Выполнение обещаний руководством | 4,2 | 4,7 | -0,5 | 4,8 |
| Н5 | Решение проблем потребителей руководством и сотрудниками  | 3,6 | 4,1 | -0,5 | 4,5 |
| Н6 | Высокий авторитет руководителя | 4,4 | 4,9 | -0,5 | 4,7 |
| Н7 | Исполнение приказов руководства  | 3,9 | 4,5 | -0,6 | 4,5 |
| О8 | Дисциплинированность сотрудников | 3,9 | 4,7 | -0,8 | 4,5 |
| О9 | Профессионализм сотрудников | 4,6 | 4,8 | -0,2 | 4,9 |
| О10 | Помощь сотрудников в выборе услуги  | 3,9 | 4,6 | -0,7 | 4,8 |
| У11 | Доверие и взаимопонимание между сотрудниками и клиентами | 3,4 | 4,8 | -1,4 | 4,5 |
| У12 | Вежливое отношение к клиентам | 4,0 | 4,9 | -0,9 | 4,2 |
| У13 | Поддержка руководством сотрудников для эффективной работы с клиентами | 3,6 | 4,5 | -0,9 | 4,7 |
| С14 | Индивидуальный подход к клиентам | 3,4 | 4,4 | -1,0 | 4,1 |
| С15 | Личное участие сотрудников в выборе комплекса услуг потребителем | 3,0 | 3,9 | -0,9 | 4,4 |
| С16 | Ориентировка на интересы потребителей | 3,5 | 4,3 | -0,8 | 4,1 |
| С17 | Расписание работы  | 3,7 | 4,2 | -0,5 | 4,0 |

М1

4,9

4

- 1,4

- 0,2

М2