ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 59362— 2021

Услуги населению

МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2021

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Федеральным государственным унитарным предприятием «Российский научно-технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия» (ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»)

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 342 «Услуги населению»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 февраля 2021 г. № 98-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, оформление, 2021

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Нормативные ссылки 1
3 Термины и определения 2
4 Общие положения 3
5 Критерии оценки качества услуг населению 3
6 Методики измерения качества услуг населению 4
Библиография 8

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Услуги населению

МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Services to the population.
Methods for measuring the quality of services

Дата введения — 2021—06—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает методики измерения качества услуг населению, характеризующие удовлетворенность потребителей качеством услуг.

Настоящий стандарт распространяется на услуги населению, оказываемые исполнителями услуг — юридическими организациями, индивидуальными предпринимателями и самозанятыми гражданами.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ Р 66.0.01 Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы

ГОСТ Р ИСО 9000 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ГОСТ Р ИСО 9001 Системы менеджмента качества. Требования

ГОСТ Р ИСО 9004 Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации

ГОСТ Р ИСО 10001 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организации

ГОСТ Р ИСО 10002—2020 Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Руководящие указания по управлению претензиями в организациях

ГОСТ Р ИСО 26000 Руководство по социальной ответственности

ГОСТ Р 50646 Услуги населению. Термины и определения

ГОСТ Р 52113 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг

Примечание — При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ссылочных стандартов в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет или по ежегодному информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по выпускам ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты» за текущий год. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана недатированная ссылка, то рекомендуется использовать действующую версию этого стандарта с учетом всех внесенных в данную версию изменений. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, то рекомендуется использовать версию этого стандарта с указанным выше годом утверждения (принятия). Если после утверждения настоящего стандарта в ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, внесено изменение, затрагивающее положение, на которое дана ссылка, то это положение рекомендуется применять без учета данного изменения. Если ссылочный стандарт отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, рекомендуется применять в части, не затрагивающей эту ссылку.

Издание официальное

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по ГОСТ Р 50646, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 **услуга:** Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг.

3.2 **материальная услуга:** Услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг, оказание которой включает деятельность, осуществляемую по отношению к материальному продукту, в том числе предоставляемому потребителем.

3.3 **социально-культурная [нематериальная] услуга:** Услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных, этических потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя, в том числе поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионализма.

3.4 **смешанные услуги:** Услуги, предусматривающие одновременное удовлетворение материально-бытовых и социально-культурных потребностей потребителей услуг.

3.5 **исполнитель услуг:** Юридическое лицо (предприятие, организация), индивидуальный предприниматель или самозанятый гражданин, оказывающие, предлагающие или имеющие намерение оказать услугу потребителю.

Примечание — Исполнитель услуг может обозначаться как сервисная организация или сервисное предприятие.

3.6 **потребитель услуг:** Физическое лицо, получающее, заказывающее либо имеющее намерение получить или заказать услугу в личных, бытовых или иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Примечание — Потребителем услуг может быть заказчик, клиент, гость, покупатель, турист, пассажир, посетитель, пациент, пользователь услуг, клиент на абонентском обслуживании.

3.7 **качество услуги:** Совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

3.8

удовлетворенность потребителя: Восприятие потребителем степени выполнения его ожиданий.

[ГОСТ Р ИСО 10002—2020, пункт 3.4]

3.9 **показатель качества услуги:** Количественная или качественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя.

3.10 **уровень качества услуги:** Относительная характеристика качества услуги, основанная на сравнении фактических значений показателей ее качества с нормативными или базовыми значениями этих показателей.

3.11 **оценка качества услуг:** Определение показателей качества услуг с учетом достоверности и/или точности количественных и качественных значений.

3.12 **менеджмент услуг:** Скоординированная деятельность по руководству и управлению сервисной организацией, направленная на выполнение требований потребителей услуг.

3.13 **оказание [предоставление] услуги:** Деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги.

3.14 **обслуживание:** Деятельность исполнителя услуг при непосредственном контакте с потребителем услуг.

Примечание — В соответствии с ГОСТ Р ИСО 10002—2020 (пункт 3.5) обслуживание представляет собой взаимодействие организации с потребителем на всех стадиях жизненного цикла продукции или услуг.

3.15 **метод [методика] измерения качества:** Совокупность конкретно описанных операций, выполнение которых обеспечивает получение результатов измерений с установленными показателями точности.

4 Общие положения

4.1 Услуги являются результатом деятельности субъектов предпринимательской деятельности (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, самозанятых граждан) непроизводственных отраслей.

4.2 Выбор наименований услуг для населения и их кодов по видам экономической деятельности осуществляется в соответствии с Общероссийским классификатором [1].

4.3 Исполнители услуг должны осуществлять свою деятельность в соответствии с действующими нормативными правовыми актами Российской Федерации и документами по стандартизации, регулирующими конкретную сферу услуг.

4.4 Субъекты предпринимательской деятельности в сфере услуг несут социальную ответственность за результаты и последствия своей деятельности согласно ГОСТ Р ИСО 26000.

4.5 Исполнителям услуг населению рекомендуется разработать, внедрить и поддерживать в рабочем состоянии документально оформленную систему менеджмента качества, обеспечивающую соответствие предоставляемых услуг установленным требованиям. В основу разработки системы должны быть положены требования и положения ГОСТ Р ИСО 9000, ГОСТ Р ИСО 9001, ГОСТ Р ИСО 9004, ГОСТ Р ИСО 10001, ГОСТ Р ИСО 10002.

4.6 Номенклатуру показателей качества услуг населению различных групп и видов, обеспечивающих их способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителей и возможность оценки уровня качества услуг, устанавливают согласно ГОСТ Р 52113 с учетом специфики услуг (материальные, социально-культурные и смешанные).

5 Критерии оценки качества услуг населению

5.1 Критериями оценки качества оказания услуг населению являются:

- соответствие услуг требованиям к их содержанию (объему, срокам, качеству предоставления), установленным нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными документами и документами по стандартизации в конкретной сфере услуг;
- наличие у исполнителя услуг компетентного персонала, непосредственно задействованного в оказании услуг, достаточность такого персонала.

Примечание — Компетентность персонала предполагает наличие у сотрудников образования, квалификации или профессиональной подготовки и опыта работы, соответствующих профилю деятельности, и соответствие профессиональным стандартам;

- открытость и доступность информации об исполнителе услуг и оказываемых услугах;
- наличие и функционирование системы менеджмента качества, обеспечивающей соответствие предоставляемых услуг установленным требованиям.

Примечание — Система менеджмента качества может быть сертифицирована на добровольной основе в установленном законодательством порядке;

- отсутствие исполнителя услуг (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) в реестре недобросовестных поставщиков по результатам предоставления услуг в рамках исполнения контрактов, заключенных в соответствии с законодательством;
- наличие опыта и деловой репутации у исполнителя услуг.

Примечание — Оценку опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности — исполнителей услуг рекомендуется проводить по ГОСТ Р 66.0.01;

- удовлетворенность потребителей качеством услуг.

5.2 Оценку и контроль качества оказания услуг следует осуществлять с использованием экспертных и социологических методов.

5.2.1 Экспертные методы оценки и контроля качества оказания услуги предусматривают проведение оценки исполнителей услуги на основе опросов и анализа суждений руководителей и менеджеров, с оформлением протоколов, анкет и/или актов внутренних аудитов.

5.2.2 Социологические методы оценки предусматривают проведение социологических обследований (анкетирование и опросы потребителей, записи в книге отзывов и предложений, интернет-отзывы потребителей) в сервисных организациях с последующим анализом полученных данных.

6 Методики измерения качества услуг населению

6.1 Одним из критериев оценки качества услуг населению является реакция потребителей («обратная связь»), являющаяся обобщающей характеристикой лояльности и удовлетворенности потребителей качеством оказания услуг.

Согласно ГОСТ Р ИСО 10002—2020 (пункт 3.4) удовлетворенность потребителя представляет собой восприятие потребителем степени выполнения его ожиданий. Несмотря на субъективный характер реакции потребителей, не поддающейся прямой количественной оценке, оценка качества услуг может быть формализована как совокупность объективных и субъективных факторов, на основе которых могут быть установлены количественные значения и качественные критерии.

6.2 В качестве методик измерения качества услуг в сервисных организациях применяют:

- измерение качества услуг по модели «SERVQUAL» («Качество сервиса»);
- расчет индекса удовлетворенности потребителей «Customer Satisfaction Index — CSI»;
- расчет индекса потребительской лояльности «Net Promoter Score — NPS».

6.3 Методика измерения качества услуг по модели «SERVQUAL»

Методика измерения качества услуг по модели «SERVQUAL» представляет собой универсальную методику оценки качества обслуживания именно с точки зрения потребителей услуг.

При применении модели «SERVQUAL» необходимо решить две основные задачи. Первая задача включает выявление ожиданий потребителя в отношении услуги; вторая — оценку воспринимаемого качества услуги потребителей в конкретной сервисной организации.

Методика по модели «SERVQUAL» основана на проведении измерений ожиданий потребителей от качества обслуживания и восприятия потребителями качества фактически оказанных услуг.

6.3.1 Оценка восприятия качества услуг характеризуется пятью параметрами, включающими «идеальный сервис», а именно:

- ответственность и надежность сервисной организации;
- реакция персонала,
- уверенность (способность убеждать) персонала;
- сопереживание (эмпатия);
- материальные («осязаемые») параметры сервисной организации.

Примечание — Очередность расположения факторов определяет их значимость, по мнению потребителей.

6.3.2 Ответственность и надежность сервисной организации выражается в способности сервисной организации предоставлять заявленные услуги обещанного уровня качества своевременно, точно и независимо от обстоятельств в соответствии с пожеланиями клиентов и с учетом принятых стандартов обслуживания.

Примечание — Примерами надежности являются: надлежащее осуществление процесса покупки авиабилетов, билетов в театр или музей через электронный сервис; быстрая и точная переадресация звонков по запросу клиента; качественное обслуживание в ресторане и т.п.

6.3.3 Реакция — это скорость реагирования персонала на пожелания и просьбы потребителей (отзывчивость).

Примечание — Примерами отзывчивости являются: скорость выполнения заказа потребителя, доброжелательность и приветливость персонала, реагирование работников на претензии и замечания потребителей и т. п.

6.3.4 Уверенность (способность убеждать) характеризует способность персонала вызывать к себе доверие, воспринимаемую потребителем как компетентность работника в оказании услуг.

Примечание — Например, ощущение клиентом своей безопасности на территории организации — исполнителя услуг; визуальные показатели профессионализма, такие как внешний вид персонала, униформа и т. п.; высокий профессионализм сотрудника, внушающий доверие клиентам.

6.3.5 Сопереживание (эмпатия) — это способность к оказанию особого внимания каждому потребителю в процессе обслуживания, учет именно его особенностей, проявление индивидуальной заботы о потребителях, стремление к пониманию конкретных потребностей (запросов) каждого клиента и желание удовлетворить их.

Примечание — Примерами эмпатии являются умение работника изъясняться на языке потребителя, готовность выполнить индивидуальную просьбу гостя отеля при размещении в номере, приготовление в баре коктейля для гостя с учетом его особых пожеланий и т. п. Эмпатия выражается в желании работника пойти на уступки клиенту, изменить или откорректировать собственные действия, чтобы клиент остался доволен.

6.3.6 Материальные («осязаемые») параметры сервисной организации, задействованные в процессе обслуживания, которые потребитель способен ощутить органами чувств, включают внешний вид предприятия, оборудования, интерьер помещений, внешний вид персонала, вид и формат рекламно-информационных материалов (брошюры, веб-сайты, социальные сети).

6.3.7 Расчет качества услуг с применением модели «SERVQUAL» предусматривает два этапа:

- 1-й этап включает анкетирование потребителей-респондентов с использованием балльной шкалы для установления их ожиданий от «идеального сервиса».

Примечание — Вопросы анкеты зависят от конкретной сферы и вида услуг населению и составляются специалистами (менеджерами по качеству).

Количественное ожидание потребителей от качества обслуживания выражается средним значением полученных баллов по результатам анкетирования;

- 2-й этап включает оценку качества обслуживания потребителями-респондентами конкретного сервисного предприятия (ателье, гостиницы, ресторана, музея и др.) по тем же вопросам анкеты с применением для оценки той же балльной шкалы. Восприятие конкретного потребителя выражают в баллах.

6.3.8 Качество услуг сервисной организации SQ выражают формулой

$$SQ = P - E, \quad (1)$$

где P — показатель восприятия потребителем качества услуг, баллы,

E — показатель ожидания потребителя от качества обслуживания, баллы.

Для оценки используют, как правило, семибалльную шкалу, где каждый потребитель-респондент выставляет оценку от 2 до 7 баллов по каждому вопросу анкеты. Один балл соответствует оценке «очень плохо», семь баллов — соответственно «отлично».

Средний балл показателя SQ рассчитывают для каждого из пяти измерений качества услуг. Средние значения SQ суммируют и делят на пять для определения среднего значения показателя SQ по модели «SERVQUAL».

6.4 Методика расчета индекса удовлетворенности потребителей «Customer Satisfaction Index — CSI»

Индекс удовлетворенности потребителей «Customer Satisfaction Index — CSI» представляет собой показатель удовлетворенности потребителя, который зависит не только от характеристик услуг, но и от значимости этих параметров для потребителя. Схема определения индекса удовлетворенности потребителя качеством услуг представлена на рисунке 1.

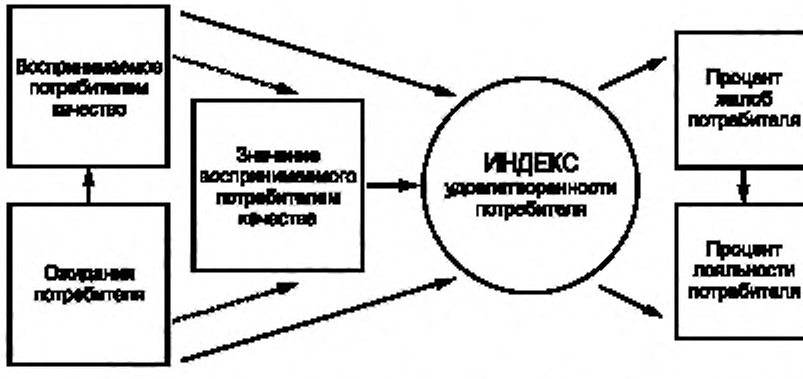

Рисунок 1 — Схема определения индекса удовлетворенности потребителя качеством услуг

6.4.1 Для измерения индекса удовлетворенности потребителей CSI выделяют ключевые параметры услуг.

К ключевым параметрам услуг относятся следующие характеристики:

- надежность сервисной организации (предприятия), особые условия обслуживания или оказания услуг;
- расположение сервисного предприятия;
- стоимость услуг: ценовая политика, применение скидок и бонусов;
- качество услуг и обслуживания потребителей, в том числе предоставляемые гарантии при оказании услуг и реализации товаров;
- ассортимент услуг и товаров;
- работа персонала сервисного предприятия: компетентность, оперативность, вежливость;
- наличие технических (технологических) документов на услуги, устанавливающих показатели качества;
- кредитная линия (объем и период отсрочки платежа), кредитная история;
- сервисное обслуживание потребителей после реализации товара (гарантийное и послегарантийное обслуживание);
- применение программ лояльности на сервисном предприятии.

После выбора параметров услуг следует определить степень значимости и удовлетворенность каждым параметром с оценкой по десятибалльной шкале.

6.4.2 Для расчета индекса удовлетворенности потребителей CSI выделяют следующие этапы:

- определение и ранжирование по значимости ключевых параметров услуг, которые влияют на степень удовлетворенности потребителей;
- определение уровня удовлетворенности каждым из параметров в отдельности;
- получение количественного показателя, отражающего мнение об услугах, с учетом значимости каждого из параметров;
- анализ различных групп потребителей и сравнение удовлетворенности для каждой группы потребителей-респондентов, участников опроса.

6.4.3 Определение индекса удовлетворенности потребителей CSI проводят на основе объективных и субъективных данных. К наиболее популярным способам получения информации относятся: блиц-опросы потребителей по результатам оказания услуг; опросы потребителей с целью оценки общей удовлетворенности, выделение фокус-групп клиентов, сформированных по единому признаку отношения к оказанной услуге.

6.4.4 Для определения индекса удовлетворенности потребителей применяют десяти- или пятибалльную оценочную шкалу.

Результаты оценки качества услуг сводят в единую базу данных, примерная форма которой приведена в таблице 1.

Таблица 1

Показатель качества (по степени значимости)	Оценка важности потребителя	Шкала оценки качества услуг					Количество потребителей-респондентов, принявших участие в опросе	Средняя оценка качества услуг в баллах	Индекс CSI по каждой оценке
		1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Расчет уровня качества услуг K_{cpi} проводят по формуле

$$K_{cpi} = \frac{n_i K_i}{N}, \quad (2)$$

где n_i — число потребителей-респондентов, оценивших услугу;

K_i — оценка качества услуг, баллы;

N — общее число потребителей-респондентов, принявших участие в опросе.

Расчет индекса удовлетворенности потребителя качеством услуг CSI проводят по формуле

$$CSI = n_i K_i, \quad (3)$$

где n_i — число потребителей-респондентов, оценивших услугу;

K_i — оценка качества услуг, баллы.

Расчеты осуществляют по каждой оценке качества услуг, а затем проводят анализ полученных результатов.

В процессе анализа результатов следует:

- выявить показатели, набравшие наивысшие средние значения оценки качества;
- вывести эмпирическим путем максимальное значение CSI и сравнить его с фактическими данными;
- определить комплекс мер по улучшению качества оказываемых потребителям услуг.

6.5 Методика расчета индекса потребительской лояльности NPS

Индекс потребительской лояльности «Net Promoter Score — NPS» характеризует готовность потребителей рекомендовать сервисное предприятие другим потребителям.

Расчет индекса потребительской лояльности NPS является инструментом выявления степени доверия потребителей к сервисному предприятию, основанной на личном опыте потребителя.

6.5.1 Потребителей разделяют на три категории — фокус-группы, сформированные по единому признаку отношения к оказанным услугам: негативно настроенные («критики»), нейтральные и лояльные («довольные») потребители, которые будут продолжать использовать сервисное предприятие (ателье, кафе, автосервис и пр.) и рекомендовать его окружающим.

6.5.2 Сбор данных для расчета NPS осуществляют преимущественно посредством проведения анонимного опроса потребителей по телефону или по электронной почте в зависимости от располагаемых для данной цели средств. Для расчета индекса потребительской лояльности NPS применяют десятибалльную шкалу.

В самом опросе задают всего один вопрос: «Оцените по шкале от одного до десяти вероятность того, что вы порекомендуете нашу компанию своим друзьям, коллегам или близким людям».

6.5.3 По результатам анонимного опроса потребителей распределяют на фокус-группы и определяют долю каждой в общем числе респондентов, принявших участие в опросе.

6.5.4 Расчет индекса потребительской лояльности NPS проводят по формуле

$$NPS = \frac{L - \pi}{N} 100, \quad (4)$$

где L — число лояльных потребителей;

π — число негативно настроенных потребителей;

N — общее число потребителей-респондентов, принявших участие в опросе.

По результатам расчета определяют число лояльных потребителей, а также проблемы в сервисном обслуживании потребителей. Если индекс NPS имеет отрицательное или близкое к отрицательному («нейтральное») значение, рекомендуется срочно вносить коррективы для изменения уровня удовлетворенности потребителей, видоизменять маркетинговую стратегию сервисной организации. Чем выше индекс NPS, тем больше покупателей доверяет данной сервисной организации.

6.5.5 Методика расчета индекса NPS представляет лишь численное отражение, но не дает ответа на вопрос, что конкретно не нравится или нравится потребителю при получении услуг. Таким образом, при внедрении в сфере услуг методики расчета индекса NPS целесообразно дополнять опрос несколькими сопутствующими вопросами, которые дадут бóльшую возможность для анализа личного опыта потребителей.

6.5.6 На практике в сфере услуг населению рекомендуется применять комбинированное измерение индексов CSI и NPS для комплексного изучения удовлетворенности потребителей и их отношения к уровню услуг.

Библиография

[1] ОК 034—2014 (КПЕС 2008) Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности, утвержденный приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31 января 2014 г. № 14-ст

УДК 658.386:006.354 ОКС 03.080.30

Ключевые слова: услуги населению, критерии оценки качества услуг, методики измерения качества услуг, удовлетворенность потребителя качеством услуг

Редактор *Л.И. Нахимова*
Технический редактор *И.Е. Черепкова*
Корректор *Р.А. Ментова*
Компьютерная верстка *Е.А. Кондрашовой*

Сдано в набор 26.02.2021. Подписано в печать 03.03.2021. Формат 60×84⅛. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 1,40. Уч.-изд. л. 1,26.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Создано в единичном исполнении во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru