ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 55388 — 2012

Система национальных стандартов в области качества услуг связи

Оценка качества услуг связи на основе мнений потребителей

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2014

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Учреждением «Центр сертификации услуг связи»

2 ВНЕСЕН Управлением развития, информационного обеспечения и аккредитации Федерального агентства по техническому регулировании и метрологии

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 декабря 2012 г. № 2092-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Правила применения настоящего стандарта установлены в ГОСТ Р 1.0—2012 (раздел 8). 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 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.ru)

© Стандартинформ, 2014

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

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СИСТЕМА НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА УСЛУГ СВЯЗИ.

Оценка качества услуг связи на основе мнений потребителей

System of national standards in the field of quality of a telecommunication service.
Evaluation of the quality of communication services on the basis of consumer views

Дата введения — 2014—01—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает порядок проведения оценки качества услуг связи, способной отразить мнение пользователей услугами, оказываемыми оператором связи.

Настоящий стандарт предназначен для использования хозяйствующими субъектами, действующими в области оказания услуг связи, и другими заинтересованными в такой оценке сторонами, а также пользователями услугами связи.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие стандарты:

- ГОСТ Р 53724 - 2009 Качество услуг связи. Общие положения
- ГОСТ Р 53731 - 2009 Качество услуг связи. Термины и определения

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.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте использованы термины из ГОСТ Р 53731 - 2009 Качество услуг связи. Термины и определения, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 **опрос (poll):** Метод сбора информации, основанный на устном или письменном обращении к респондентам с вопросами, содержание которых представляет цель исследований.

3.2 **респондент (respondent):** Лицо, отвечающее на вопросы анкеты или дающее интервью.

3.3 **анкета (questionnaire)**: Объединенная единой задачей система вопросов, направленных на выявление характеристик предмета исследований.

3.4 **анкетирование (questioning):** Письменный или устный опрос респондента с помощью анкеты, применяемый в качестве метода сбора информации.

3.5 **удовлетворенность пользователя (user satisfaction):** Восприятие пользователем степени выполнения его требований.

3.6 **заинтересованная сторона (interested party):** Лицо или группа лиц, заинтересованные в деятельности или успехе организации.

Примечание – В настоящем стандарте применяется термин «пользователь услуг связи» в контексте оценки мнений стороны, использующей услуги.

4 Оценка качества услуг связи на основе мнений пользователей

4.1 Общие положения

4.1.1 Целью стандарта является определение единого подхода к проведению операторами связи и другими заинтересованными сторонами оценки качества услуг связи на основе мнений пользователей.

4.1.2 Стандарт устанавливает методические, организационные и технологические положения, применяемые для проведения оценки качества услуг связи на основе мнений пользователей.

4.1.3 На основании данного стандарта хозяйствующими субъектами, действующими в области оказания услуг связи, могут разрабатываться собственные (внутренние) нормативные документы по оценке качества услуг связи с учетом мнений пользователей.

4.1.4 Результаты оценки качества услуг связи пользователями применяются при контроле процессов предоставления услуг, анализе эффективности функционирования системы менеджмента качества, сертификации услуг, принятии управленческих решений по совершенствованию качества услуг связи [1,2].

4.1.5 Оценка качества услуг связи на основе мнений пользователей осуществляется путем анализа информации, получаемой непосредственно от пользователя при проведении социологических исследований (первичной информации), и информации, получаемой в результате договорной и всей производственно-хозяйственной деятельности оператора (косвенной информации).

4.1.6 Сбор первичной информации для оценки качества услуг связи на основе мнений пользователей осуществляется в ходе сплошного или выборочного обследования пользовательской аудитории.

4.1.7 Основные методы, используемые для сбора первичной информации в целях оценки качества услуг связи: опрос, панель, фокус-группы.

4.1.8 Основные методы, используемые для сбора косвенной информации в целях оценки качества услуг связи на основе мнений пользователей: учет жалоб, заявок, претензий, отзывов пользователей, учет заключенных и пролонгированных договоров, учет публикаций в специализированных изданиях, газетах, журналах, информации радио – и телевизионных передач и т.д., отражающих мнение пользователей о качестве услуг связи.

4.1.9 Социологические исследования, проводимые в целях оценки качества услуг связи пользователями, включают следующие этапы:

- подготовку исследования;
- проведение сбора информации о мнении пользователей;
- обработку и анализ результатов сбора информации;
- оформление результатов исследования.

4.1.10 Социологические исследования могут проводиться силами самого оператора связи или с привлечением внешней профессиональной организации.

4.2 Подготовка и организация сбора информации при проведении социологических исследований

4.2.1 Сбор информации при проведении социологических исследований для оценки качества услуг связи пользователями осуществляется с помощью анкеты.

4.2.2 Подготовка к проведению исследования включает:

- формирование рабочей группы по проведению исследования;
- определение целей, задач и выбор формы анкетирования;
- разработку программы, графика проведения работ;
- разработку анкеты, содержащей вопросы для изучения мнения пользователей о качестве услуг связи;
- формирование репрезентативной совокупности опрашиваемых пользователей.

4.2.3 В зависимости от целей, задач и условий проводимого исследования используются следующие формы анкетирования:

- по способу проведения анкетирования (устное, письменное);
- по кругу опрашиваемых (частное лицо, предприниматели, специалисты и др.);
- по количеству одновременно опрашиваемых (единичное, групповое);
- по полноте охвата объектов исследования (выборочное, сплошное);
- по количеству тем, входящих в анкетирование (одна, несколько);

- по уровню стандартизации вопросов анкеты (свободная схема, структурированная);
- по частоте проведения анкетирования (повторяющееся (панельное), одноразовое).

Примечание – Примерами наиболее приемлемых форм проведения анкетирования пользователей услуг связи являются:

- размещение бланков анкет в офисах и сервисных центрах оператора, где осуществляется непосредственное взаимодействие с пользователем;
- опрос по телефону;
- рассылка анкет по почте;
- рассылка анкет по e-mail;
- размещение интерактивной анкеты на сайте оператора;
- размещение анкеты в «личном кабинете» пользователя на web-ресурсе оператора и другие.

4.2.4 Для обеспечения объективности и эффективности результатов анкетирования разработанная анкета должна содержать ясные, однозначно понимаемые, требующие простого ответа (да/нет или балльную оценку) вопросы.

4.2.5 При формировании репрезентативной совокупности опрашиваемых пользователей для каждого оцениваемого вида услуг связи выполняются следующие действия:

- при малом объеме генеральной совокупности пользователей оцениваемым видом услуг связи (до 20) в состав опрашиваемых включаются все пользователи; при бóльшем количестве – формируется выборочная совокупность пользователей;
- определяется существующий состав пользователей данного вида услуг связи: типические группы пользователей (например, частные лица, корпоративные пользователи, операторы связи), количество пользователей в каждой типической группе, удельный вес типической группы в генеральной совокупности пользователей;
- определяется объем выборочной совокупности пользователей в соответствии с известными в теории формулами расчета [3], исходя из допустимой в социологических исследованиях погрешности на уровне 3 – 5% и значения доверительной вероятности P=0,954;
- в случае больших объемов генеральной совокупности пользователей для оцениваемого вида услуг связи (более 200) допускается из соображений экономии времени и ресурсов устанавливать бóльшую допустимую величину ошибки (до 15-20%), а также использовать более простой прием расчета выборочной совокупности: устанавливать объем выборочной совокупности в размере не более 10-15% от объема генеральной совокупности;
- определяется объем каждой типической группы в выборочной совокупности пользователей оцениваемого вида услуг связи пропорционально удельному весу типической группы в генеральной совокупности пользователей;
- формируется выборочная совокупность пользователей путем типического индивидуального бесповторного отбора из генеральной совокупности пользователей.

При таком способе осуществляется отбор отдельной единицы из соответствующей типической группы в генеральной совокупности путем случайной или механической выборки. Каждая отобранная единица может попасть в выборку лишь один раз.

Способ отбора в типические группы выбирает руководитель рабочей группы, проводящей анкетирование.

4.2.6 На этапе сбора информации (проведения опроса) выполняются следующие действия:

- руководитель рабочей группы составляет график проведения работ с учетом состава группы, сформированной для опроса выборочных совокупностей, форм опроса; проводит инструктаж членов группы и обеспечивает их рабочими материалами;
- члены рабочей группы проводят опрос в соответствии с графиком работ, выбранными формами и инструкцией по проведению опроса;
- первичная оценка опрашиваемыми пользователями качества услуг связи осуществляется по принципу «да»/ «нет» или с помощью балльной оценки по 4-х балльной шкале:

«отлично» - 5 баллов,
«хорошо» - 4 балла,
«удовлетворительно» - 3 балла,
«плохо» - 2 балла.

4.3 Обработка и анализ результатов сбора информации

4.3.1 После завершения сбора информации следует проверка правильности заполнения анкет. Неправильно заполненные анкеты должны быть либо исключены из общего массива полученной информации, либо доработаны при взаимодействии с респондентами, а в некоторых случаях может быть принято решение о частичном использовании информации из анкеты.

4.3.2 Результаты анкетирования обрабатываются с использованием программных средств и представляются в табличном и(или) графическом виде (диаграмм, гистограмм и т.д.).

4.3.3 Обработка результатов анкетирования пользователей, включенных в выборочные совокупности, состоит в определении следующих оценок:

- среднего значения балльной оценки для каждого из оцениваемых потребительских свойств услуги и/или для качества услуги в целом в выборочной совокупности – $\widetilde{X}$;
- процент пользователей в выборочной совокупности, удовлетворенных каждым из оцениваемых потребительских свойств услуги и/или качеством услуги в целом – $\widetilde{P}$.

К удовлетворенным пользователям относятся респонденты, ответившие положительно («да») на вопрос об удовлетворенности потребительским свойством услуги или услугой в целом либо оценившие потребительское свойство услуги или услугу в целом на «4» и «5».

4.3.4 Учитывая, что в выборочном наблюдении возможны расхождения между выборочными значениями показателей и показателями генеральной совокупности, определяются доверительные пределы для рассчитанных по результатам анкетирования оценок, которые позволяют корректно представить результаты проведенного анкетирования:

$$\overline{X} = \widetilde{X} \pm \Delta_X, \quad (1)$$

$$P = \widetilde{P} \pm \Delta_P, \quad (2)$$

где $\overline{X}, P$ - показатели генеральной совокупности,

Δ_X, Δ_P - допустимая ошибка выборочного наблюдения соответственно балльной оценки и процента удовлетворенных пользователей.

4.3.5 Дополнительно для характеристики разброса мнений опрашиваемых пользователей определяются другие статистические характеристики: среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации.

4.3.6 Анализ собранной информации в зависимости от целей социологического исследования может иметь следующие аспекты:

- анализ оценок выборочного наблюдения по показателям качества с точки зрения согласованности и разброса мнений пользователей и их причин, сравнение оценок по разным потребительским свойствам и по видам услуг связи;
- анализ степени удовлетворенности пользователей уровнем качества по видам услуг связи и потребительским свойствам услуг для разных групп пользователей;
- анализ соответствия рассчитанных оценок выборочного наблюдения по показателям качества услуг связи установленным нормативам или целевым показателям;
- анализ динамики оценок показателей качества по видам услуг связи, полученных на основе мнений пользователей за разные периоды проведения анкетирования пользователей услуг связи;
- анализ состава замечаний, высказанных пользователями в ходе анкетирования.

4.3.7 Результаты анализа должны использоваться для осуществления корректирующих и предупреждающих действий, развития и совершенствования деятельности по предоставлению услуг связи.

4.4 Оформление результатов исследования

4.4.1 Результаты проведенного социологического исследования оформляются документально (в виде протокола, акта, отчета, заключения и пр.).

4.4.2 В выходной документ должна быть включена следующая информация:

- цели, задачи и область исследования (виды услуг);
- состав рабочей группы;
- период проведения работ;
- состав пользователей, участвующих в анкетировании;
- используемые формы анкетирования;
- определяемые показатели;
- результаты анкетирования;
- замечания;
- выводы;
- приложения с заполненными анкетами и сводным массивом информации по всем анкетам.

4.4.3 Результаты анкетирования представляются в табличной форме и в форме графиков. С их помощью отражаются рассчитанные по данным анкет оценки выборочного наблюдения.

Представленные результаты анкетирования сопровождаются проведением анализа.

4.4.4 «Замечания» и «Выводы» являются итоговыми разделами выходного документа, содержащими итоговое заключение по оценке качества исследуемых услуг связи пользователями, их замечания и предложения, а также меры, предлагаемые для совершенствования деятельности оператора по предоставлению услуг связи.

Библиография

[1] Федеральный закон РФ от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи»

[2] Федеральный закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей»

[3] Кузовкова Т.А. Статистика связи: Учебник для вузов - М.: Радио и связь, 2003

УДК 006.1:654.01:658.64:006.352 ОКС 03.120.10 Т59

Ключевые слова: качество услуги, оценка качества услуги, анкетирование, пользователь услуг связи, удовлетворенность пользователя

Подписано в печать 01.08.2014. Формат 60x84 1/8.
Усл. печ. л. 0,93. Тираж 45 экз. Зак. 2889.
Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»
123995 Москва, Гранатный пер., 4.

gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru