

УДК 620.178.162

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

В.П. Бычков, В. М. Бугаков, (ВГЛТА)

Качество – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. [1]

Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству продукции и услуг. Качество продукции (услуг) относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества в значительной степени определяет выживаемость и успех предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, внедрения инноваций, рост эффективности производства экономии всех видов ресурсов, используемых на предприятии.

Для предприятий сферы сервиса используется понятие «качество услуги», которое характеризуется двумя группами показателей: [2]

- показатели, характеризующие качество выполнения услуги;
- показатели, оценивающие качество обслуживания клиентов.

Под качеством выполнения услуги понимается степень соответствия изготовленных или отремонтированных изделий действующей нормативно-технической документации, а также индивидуальным запросам клиентов, которые были согласованы при приеме заказов.

При этом необходимо, чтобы свойства изготовленных и отремонтированных изделий соответствовали качеству производственному, т.е. ГОСТам, ТУ, СТП и потребительскому, т.е. запросам заказчиков, связанных с особенностями их потребностей.

Качество обслуживания клиентов – совокупность условий, обеспечивающих потребителю

наименьшие затраты времени и максимальные удобства при пользовании услугами.

Показателями, которые могут быть использованы для оценки качества обслуживания, являются следующие:

- количество видов оказываемых услуг;

- удельный вес услуг, реализованных по прогрессивным формам обслуживания;
- удельный вес заказов, выполненных в установленные сроки;
- удельный вес срочных заказов в общем количестве заказов;
- количество жалоб (наличие благодарственных отзывов) на культуру обслуживания.

Качество услуг можно определить как совокупность их свойств и характеристик, которые придают им способность удовлетворять определенные потребности. Качество услуги понимается как синтез таких показателей, как качество используемых для производства услуги материалов, уровень технологии и технических средств, квалификация работников и уровень предлагаемого клиенту сервиса. Причем последний показатель является решающим в оценке клиентом качества обслуживания. Таким образом, качество услуги и обслуживания – это особые категории, которые предполагают, во-первых, качество непосредственной работы по оказанию услуги, качество самой услуги, а во-вторых, качество процесса обслуживания клиента.

В сфере сервиса услуга, как правило, не производится впрок. Следовательно, фактор времени ее производства оказывает первостепенное влияние на качество обслуживания. Время обслуживания состоит из ряда составляющих: время доступности услуги, в частности, характеризуется затраченным временем на покрытие расстояния до места получения услуги. Оно регулируется числом предприятий сферы сервиса, оказывающих соответствующие услуги. Время на ожидание также зависит от числа предприятий и от времени их работы. Сокращение времени доступности и времени на ожидание создает наибольшие удобства для потребителя. Однако расширение количества предприятий приводит к росту дополнительных затрат на производство услуг.

Качество обслуживания это более широкое понятие, которое определяет ассортимент услуг, затрачиваемое на производство услуги время, формы обслуживания, качество выполненной работы, степень удобства и уровень культуры в контактной зоне обслуживания и т.п. [1]

Требования к качеству услуг могут задаваться национальными стандартами, нормативно-техническими документами международных, в том числе профессиональных, организаций, а также формулироваться в рамках систем качества, действующих на предприятиях сферы сервиса.

Услуги и соответствующие способы их предоставления имеют как качественные, так и количественные характеристики. Оба типа характеристик должны быть четко определены учетом требований, предъявляемых к услуге или способу ее предоставления, и проанализированы производителем услуги.

Требования, предъявляемые к услугам, связаны с характеристиками, непосредственно воспринимаемыми потребителем и являющимися объектом его оценки. Требования, предъявляемые к способам предоставления услуг, связаны с характеристиками, непосредственно затрагивающими качество организации предоставления услуги.

К характеристикам, которые связаны с требованиями к услуге, например, относятся:

- время ожидания, время предоставления услуги, точность срока;
- выполнение услуги, полнота услуги, точность срока выписки счета (количественные характеристики);
- степень доверия, простота доступа, безопасность, быстрота реагирования, вежливость, удобство, эстетичность обстановки и гигиена (качественные характеристики).

К характеристикам, которые связаны с требованиями к организации обслуживания потребителя, например, относятся:

- производительность предприятия обслуживания, количество обслуживающих фирм, численность персонала и продолжительность отдельных процессов (количественные характеристики);
- компетентность, способность к реагированию и контактам (качественные характеристики).

В системах управления качеством выделяются следующие компоненты, подлежащие постоянному контролю: планирование процесса управления качеством, распределение ответственности за предоставление услуги, утверждение нормативно-технических документов (спецификаций), оценка и учет степени удовлетворения потребителя.

Предоставление услуги потребителю предполагает выбор определенного способа, контроль над его соблюдением и коррекцию процессов при возникновении отклонений. Конечная оценка услуги производится на этапе непосредственного контакта потребителя и производителя услуги, что позволяет последнему составить объективное мнение о ее качестве.

Предприятию сферы сервиса следует активно подходить к оценке и учету степени удовлетворенности потребителя. Необходимо принимать во внимание как положительные, так и отрицательные оценки потребителей и своевременно выявлять их возможные последствия для будущей деятельности предприятия.

Проблеме эффективности в новых рыночных условиях уделяется пристальное внимание.

Эффективность производства, в нашем случае эффективность автосервисных услуг, есть соотношение между результатом производства и совокупным затраченным трудом. Формула для выражения эффективности автосервисных услуг может быть представлена как соотношение конечных результатов производства к затратам или применяемым ресурсам. Представление о том, какой ресурс или затрат достигнут эффект, дает уровень экономической эффективности. Экономическая эффективность автосервисных услуг тем выше, чем больше эффект и меньше затрат.

Основным вопросом эффективности автосервисных услуг является выбор и обоснование критерия и показателей оценки эффективности этих услуг.

Приведем расчет некоторых технико-эксплуатационных показателей, значение которых находится в прямой зависимости от эффективности технических воздействий при выполнении автосервисных услуг.

Коэффициент технической готовности парка автомобилей за один рабочий день  $\alpha_m$

$$\alpha_m = A_{ГЭ} / A_c,$$

где  $A_{ГЭ}$  – число автомобилей, готовых к эксплуатации;  $A_c$  – списочное число автомобилей.

На величину коэффициента технической готовности влияют условия эксплуатации автомобилей, возраст подвижного состава и число новых автомобилей в предприятии, сверхплановые простои при ремонте и ТО-2, простои в праздничные дни, простои из-за отсутствия работы, необеспеченность топливом, шинами.

Коэффициент выпуска автомобилей за один рабочий день

$$\alpha_в = A_{ЭК} / A_c,$$

где  $A_{эк}$  – число автомобилей в эксплуатации.

Сокращение простоев автомобилей на ТО и ремонте, а также в выходные и праздничные дни увеличивают коэффициент выпуска автомобилей на линию. Неполный выпуск подвижного состава на линию снижает общие показатели работы автомобильного транспорта.

Эффективность автосервисных услуг объективно влияет на техническое состояние подвижного состава и в конечном итоге на производительность автомобильного транспорта.

Особое значение в условиях рынка следует придавать своевременному обновлению автосервиса, развивать новые виды автосервисных услуг, изучать потребности клиента.

Общий подход к определению экономической эффективности новых видов автосервисных услуг на современном этапе можно свести к следующему:

- определяются варианты новых видов автосервисных услуг;
- по каждому варианту определяются затраты, результаты и экономический эффект;
- лучшим признается вариант, у которого величина экономического эффекта максимальна.

Экономический эффект рассчитываем по формуле

$$\mathcal{E} = P - \mathcal{Z},$$

где  $\mathcal{E}$  – экономический эффект от внедрения новых видов автосервисных услуг;  $P$  – стоимостная оценка (доходы) от реализации новых видов автосервисных услуг;  $\mathcal{Z}$  – стоимостная оценка затрат.

Приведенные разновременные затраты и результаты всех лет периода реализации к расчетному году осуществляем путем умножения их величины за каждый год на коэффициент приведения, который рассчитывается по формуле:

$$K_{пр} = (1 + E_n)^{pt}$$

где  $E_n$  – норматив затрат и результатов, численно равный нормативу эффективности капиталовложений ( $E_n = 0,1$ );  $t_p$  – расчетный год;  $t$  – год, затраты и результаты которого приводятся к расчетному году.

Стоимостная оценка результатов за расчетный период определяется следующим образом:

$$P = \sum_{t_n}^{t_k} P_t t,$$

где  $P_t$  – стоимостная оценка результатов в  $t$ -году расчетного периода;  $t_n$  – начальный год расчетного периода;  $t_k$  – конечный год расчетного периода.

Затраты ресурсов при организации новых видов автосервисных услуг рассчитывается следующим образом:

$$Z = \sum_{t_n}^{t_k} Z_t t = \sum_{t_n}^{t_k} (I_t + K_t + L_t) t,$$

где  $Z_t$  – величина затрат всех ресурсов в году  $t$ ;  $I_t$  – текущие издержки при производстве новых видов автосервисных услуг в году  $t$  без учета амортизационных отчислений на реновацию;  $K_t$  – единовременные затраты при производстве новых видов автосервисных услуг в году  $t$ ;  $L_t$  – остаточная стоимость (ликвидационное сальдо), основных фондов, выбывающих в году  $t$ .

Одним из наиболее важных и значимых показателей при оценке автосервисных услуг, является показатель качества этих услуг, оцениваемый потребителем по установленным стандартам и нормам.

В повышении уровня качества автосервисных услуг, заинтересован как потребитель, так и организатор автосервисной деятельности. Потребителю важно получить пригодный и надежный вид автосервисных услуг и соответствие цены уровню этих услуг.

Уровень качества автосервисных услуг должен быть ориентирован на потребителя. Для решения этой задачи необходимо:

- определить требования потребителя к определенному виду автосервисной деятельности;
- преобразовать эти требования в программу действий, положив в основу достижения в этой области;
- оценить результаты и степень удовлетворения потребителя.

Стратегия завоевания рынка автосервисных услуг состоит в том, чтобы обеспечить необходимый уровень качества этих услуг и одновременно использовать весь научно-технический потенциал в этой деятельности, делая эти услу-

ги привлекательными для потребителя.

#### Библиографический список

1 Грибов, В. Д. Экономика предприятия сервиса : учеб. пособие / В Д. Грибов, А. Л. Леонов. – М. : КНОРИК, 2006. – 280 с.

2 Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса / М. В. Виноградова, З.И. Пачина. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2007. – 156 с.