

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНЫХ РЕЗЕРВОВ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.В. Жалнина

Тамбовский РФ ОАО «Россельхозбанк», г. Тамбов

Ключевые слова и фразы: классификация клиентоцентричных резервов повышения качества услуг; клиентоцентричные резервы повышения качества услуг; повышение качества услуг; этапы формирования клиентоцентричных резервов повышения качества услуг.

Аннотация: Рассматриваются вопросы повышения качества услуг коммерческой организации на основе формирования и внедрения клиентоцентричных резервов, приводится авторская классификация клиентоцентричных резервов повышения качества услуг по классификационным признакам: содержанию, масштабности, периодичности применения, а также основные этапы их формирования.

Успешное функционирование и развитие коммерческой организации в условиях рыночной экономики, основанной на конкурентной борьбе, недостижимы без целенаправленной деятельности по формированию и повышению качества предоставляемых услуг.

Ключевым принципом, как международных стандартов ИСО, так и всеобщего управления качеством (ТQM), нацеливающих организацию на системное управление качеством, является принцип ориентации на клиента. Как представляется автору, текущий экономический кризис, формирующий более жесткие условия функционирования организаций, одновременно направляет менеджмент организаций на действенное осознание фундаментальности клиентоцентричности. Поддержать достигнутый уровень и добиться долговременного успеха смогут те организации, которые рассматривают благополучие клиента как собственное благополучие и соответствующим образом выстраивают взаимоотношения с клиентом.

В этой связи целесообразно говорить об актуальности внимания к вопросам формирования и применения резервов, обеспечивающих постоянное приближение качества услуг к ожидаемому клиентом. При этом их формирование достигается в большей степени за счет внутренних источников (использования имеющихся у организации возможностей) и не связано с крупными инвестициями. Такие резервы автор выделяет в отдельную категорию и называет клиентоцентричными резервами. Таким образом, «клиентоцентричные резервы повышения качества услуг» определяются автором как управленческие воздействия, применение которых приводит к динамичному движению в направлении достижения ожидаемого клиентом качества услуг. Для возможности формирования клиентоцентричных резервов повышения качества услуг функционирование организации должно быть нацелено на соответствие принципам международных стандартов ИСО и концепции тотального управления качеством (ТQM).

Особо следует выделить следующие принципы ТQM:

– Ориентация (фокус) на клиента (потребителя) является ключевым принципом, поскольку именно на повышение степени удовлетворенности клиента должна быть направлена стратегическая и тактическая деятельность организации. Именно клиент является главным арбитром в оценке качества услуг и предопределяет экономическое развитие коммерческой организации. Фундаментальное понимание потребностей клиентов и решение их на высоком уровне являются основой клиентоцентричной организации, приоритетами которой являются в

порядке убывания: клиент, менеджмент низшего звена, менеджмент среднего звена, контрагенты, владельцы, высшие органы.

– Вовлечение персонала, т.к. услуги предоставляются в результате выполнения сотрудниками определенной деятельности, качество «выхода» которой в значительной степени определяется квалификацией, мотивированием, профессиональным развитием персонала.

– Процессный подход, поскольку услуги реализуются посредством осуществления внешних и внутренних процессов коммерческой организации, т.е. имеют процессный характер оказания. Описание услуги как системы взаимосвязанных процессов и воздействие на них позволяют предопределить получаемый результат и управлять его качеством,

– Постоянное улучшение, поскольку именно каждодневное постепенное улучшение является ключом и двигателем повышения качества услуг.

При классифицировании клиентоцентричных резервов повышения качества услуг было сформулировано видение термина «повышение качества услуг». Анализ понятий «качество», «качество услуг» и свойств, выражающих их сущность, позволил автору наглядно обозначить следующее: «повышение качества услуг» связано, прежде всего, с внедрением необходимых клиенту услуг как созданием возможности реализации его потребностей, а в дальнейшем с постоянным улучшением собственных характеристик услуги как основы для максимального приближения к соответствию требованиям клиента. По содержанию клиентоцентричные резервы классифицируются на составляющие: резервы, формирующие для клиента возможность решения его потребностей (проблем) и резервы, повышающие степень соответствия собственных характеристик услуги требованиям клиента (рис. 1).

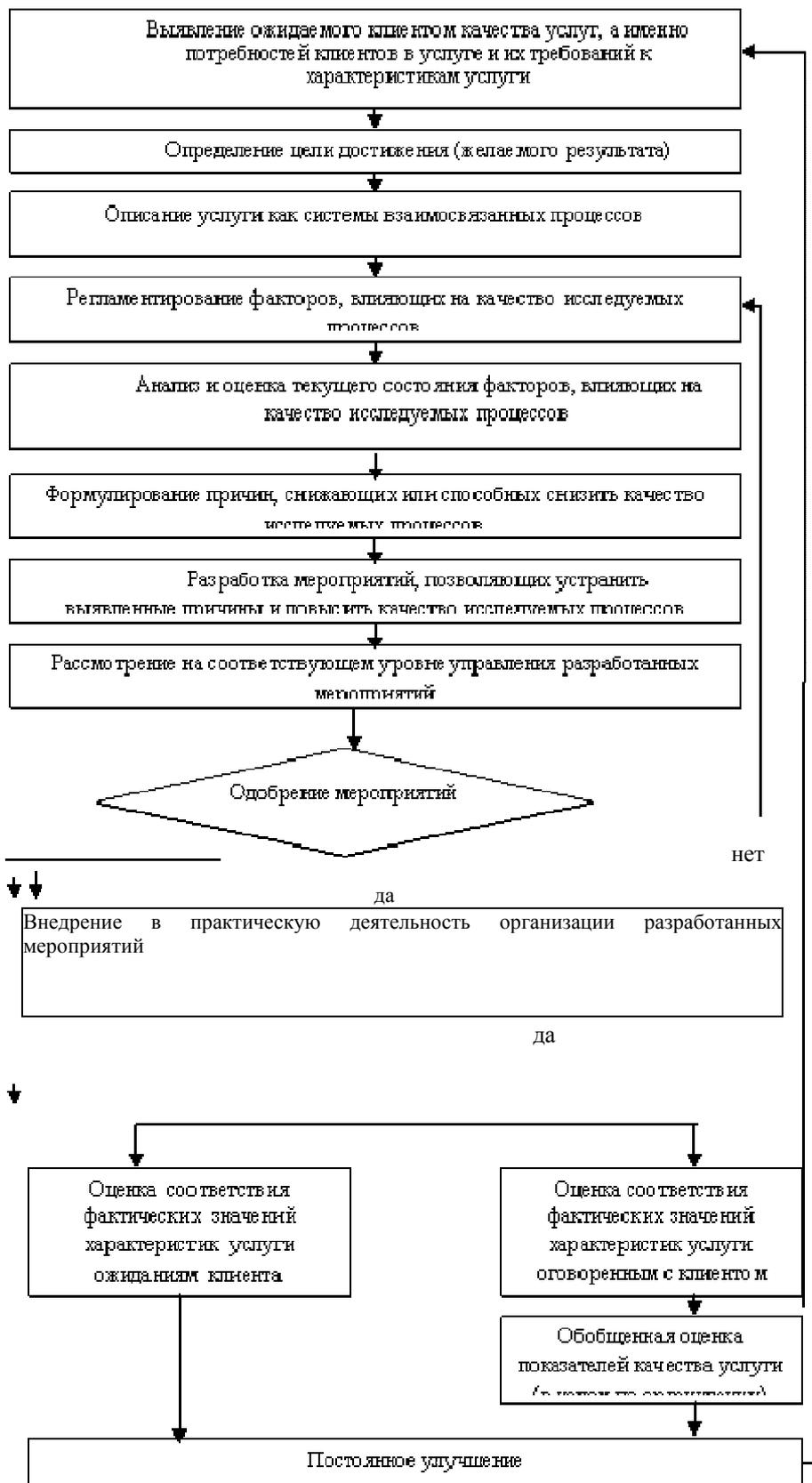


Рис. 2. Основные этапы формирования клиентоцентричных резервов повышения качества услуг коммерческой организации

При этом резервы, повышающие степень соответствия собственных характеристик услуги требованиям клиента формируются за счет воздействия на факторы, определяющие качество услуги. В общем виде их деление представлено по шести источникам (факторам): персонал, методы, машины, материалы, измерения, окружающая среда.

Формирование клиентоцентричных резервов повышения качества услуг должно выполняться посредством этапов, указанных на рис. 2. Ключевым этапом, создающим основу для запуска последующих, является выявление потребностей клиентов в услуге, т.е. наличия проблем, решение которых будет осуществляться посредством пользования клиентом услугой, а также требований клиентов к характеристикам услуги. Организация всех последующих этапов должна быть нацелена на исполнение этих требований клиента. Завершающими этапами выступает оценка результативности формирования клиентоцентричных резервов, выражающаяся в оценке достижения повышения качества оказанных услуг.

Список литературы

1. Окрепилов, В.В. Управление качеством : учеб. для вузов. 2-е изд., доп. и перераб. / В.В. Окрепилов. – М. : ОАО «Изд-во «Экономика», 1998. – 639 с.
2. Горовиц, Ж. Сервис-стратегия : управление, ориентированное на потребителя / Ж. Горовиц. – М. : Дело и сервис, 2007. – 288 с.
3. Адлер, Ю.П. Хороший потребитель – довольный потребитель / Ю.П. Адлер, С.В. Турко. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2006. – 44 с.
4. Морита, Акио. Сделано в Японии : Пер. с англ. – 2-е изд. / Акио Морита. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 290 с.
5. Никифоров, А.Д. Управление качеством : учеб. пособие для вузов / А.Д. Никифоров – М. : Дрофа, 2004. – 720 с.
6. Герасимов, Б.И. Управление качеством : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина, С.П. Спиридонов. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2007. – 272 с.
7. Шiba, Ш. Новое американское тотальное управление качеством : Учебник / Ш. Шiba, А. Грэхэм, Д. Вальден. – М. : ИНФРА – М, 2001. – 348 с.
8. Исикава К. Японские методы управления качеством : Сокр. пер. с англ. / К. Исикава, науч. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. – М. : Экономика, 1988. – 215 с.

Theoretical Background of Development of Client-Centered Reserves of Services Quality Improvement in Commercial Organization

N.V. Zhalnina

Tambov Branch of Joint Stock Company «Rosselkhozbank», Tambov

Key words and phrases: services quality improvement; client-centered reserves of services quality improvement; classification of client-centered reserves of services quality improvement; stages of development of client-centered reserves of services quality improvement.

Abstract: Matters of improving quality of services of commercial organization on the basis of development and introduction of client-centered reserves are considered; the author's classification of client-centered reserves of services quality improvement according to their classification characteristics such as contents, scale, frequency of application as well as their main development stages are given.