Журнал правовых и экономических исследований, 2013, 2: 173–174
© И.М. Галков, 2013

УДК 338.47

И.М. Галков

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Предлагается система показателей оценки качества услуг мобильной связи, состоящая из четырёх групп показателей и охватывающая весь производственный процесс – от формирования услуги до её реализации потребителю.

Ключевые слова: *инновационные услуги; участники рынка; мобильная связь; показатели качества.*

We suggest a system of quality factors to assess the quality of mobile communication services consisting of four groups of factors and covering the whole production process from forming a service to selling it to the consumer.

Keywords*: innovation services; market participants; mobile communication; quality factors.*

Расширение рынка инновационных услуг мобильной связи требует изменения подходов к оценке показателей качества услуг, обусловленных тенденцией преобладания роста трафика передачи данных в телекоммуникационных сетях над речевой информацией. Внедрение услуг с добавленной стоимостью стало возможным благодаря появлению оборудования NGN с пакетной коммутацией, сменяющей канальные телефонные станции.

С появлением инновационных услуг традиционные подходы к показателям оценки качества меняются, так как следует оценивать уже новые потребительские свойства услуги, обусловленные функциональными возможностями телекоммуникационного оборудования. Появляется необходимость в оценке таких показателей, как возможность широкополосного (в том числе мобильного) доступа в Интернет, длительность задержки речевого сигнала, скорость установления соединения между абонентами. Поэтому необходимо выделить в отдельную группу показатели качества работы оборудования, которые начинают играть всё более весомую роль.

Внедрение инновационных технологий и дополнительных услуг приводит к появлению нетрадиционных участников рынка мобильной связи и новых бизнес-структур [1]. Ведущим фактором, требующим пересмотра существующих показателей качества и корректировки построения системы менеджмента качества (СМК), следует считать появление и постоянное расширение разветвлённой сети дилеров, участвующих в продаже услуг мобильной связи, являющихся новыми участниками рынка и работающих на основе договорных отношений с операторами мобильной связи.

Продажа услуг мобильной связи сопровождается высокой степенью вовлеченности клиентов. Это требует не только соответствующей профессиональной подготовки и мотивации персонала, но и системного подхода к организации контроля качества его работы. Важнейшим требованием становится не только управление качеством услуг, но и качеством обслуживания потребителей, прежде всего, в процессе продажи услуг и сопутствующих товаров, что происходит в салонах связи дилерских сетей. Поэтому необходимо выделить такое звено в управлении качеством, как качество продаж услуг мобильной связи.

Комфортность процесса покупки, репутация компании и профессионализм продавцов устойчиво лидируют в проводимых опросах и анкетировании покупателей (от 4 до 6-ти баллов по 10-ти балльной шкале оценок). Основным фактором внешнего окружения, наиболее сильно влияющим на результативность продаж,

являются эффективные взаимоотношения с покупателями, которые достигаются:

● достоверным определением ожиданий покупателей, умением выявлять их потребности и управлять ими;

● компетентностью продавца, его умением общаться с клиентом, подчеркнуть выгодные качества продукта;

● формированием корпоративного стиля общения с клиентами;

● технологичностью процесса продаж, системным управлением этим процессом.

Для оценки качества услуг мобильной связи предлагается система показателей, состоящая из четырёх групп.

1. Показатели качества услуг:

- качество передачи голоса;
- наличие помех и прерываний;
- порог отключения услуги при окончании баланса;
- экологическая безопасность сигнала;
- зона покрытия сигнала.

2. Показатели качества работы оборудования телекоммуникационной сети:

- скорость передачи информации;
- точность и сохранность сообщений;
- время установления соединения;
- конфиденциальность передачи информации;
- надёжность действия технических средств.

3. Показатели качества обслуживания потребителей:

- степень насыщенности и близость салонов продаж;
- время работы салонов продаж;
- производительность обслуживания потребителей;
- точность и правильность снятия денег со счета;
- скорость зачисления средств на счет;
- скорость обновления баланса;
- наличие терминалов самообслуживания;

4. Показатели качества продаж услуг мобильной связи:

- плотность торговых точек;
- период работы салона продаж;
- уровень компетентности сотрудника салона;
- полнота выяснения запроса клиента;
- полнота представления товаров и услуг в торговой точке;
- внешнее оформление салона;
- достоверность предоставленной информации в центре обслуживания.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Макаров В.В.* Обеспечение конкурентоспособности оператора связи путем инновационного развития // Электросвязь. 2011. № 9. С. 30–33.