

СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ ОЦІНКИ ЯКОСТІ СЕРВІСУ НА ОСНОВІ МЕТОДИКИ MYSTERY SHOPPING ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Проаналізовано передумови застосування й сутність аутсорсингу оцінки якості сервісу на основі методики Mystery Shopping, визначено основні тенденції та перспективи його розвитку в Україні

Проанализированы предпосылки применения и сущность аутсорсинга оценки качества сервиса на основе методики Mystery Shopping, определены основные тенденции и перспективы его развития в Украине

In the article pre-conditions of application and essence of outsourcing estimation of quality of service are analysed on the basis of method of Mystery Shopping, basic tendencies and prospects of his development are certain in Ukraine

Постановка проблеми у загальному вигляді. У міру розвитку ринкових відносин значення сфери послуг істотно зростає. Поряд із виробничою діяльністю підприємства розвивають діяльність із перед- і післяпродажного сервісу, а також із сервісного обслуговування впродовж експлуатації певних груп товарів. Торговельні мережі стають все більш розгалуженими та мають урахувати індивідуалізацію попиту на продукцію, загострення конкуренції на ринку та зростання вимог споживачів. Лояльність клієнтів відіграє все більшу роль у підтриманні та зміцненні ринкових позицій підприємств.

Водночас не всі підприємства можуть продемонструвати високий рівень сервісу, що спричиняє втрату лояльності клієнтів та погіршення економічних показників діяльності. Тому останнім часом на вітчизняних підприємствах питання оцінки якості сервісу стають особливо актуальними, що потребує вдосконалення підходів до їх вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати досліджень із питань аутсорсингу подано в наукових працях Є. Аксенова, І. Альтшулера, Б.А. Анікіна, Ж.Л. Бравара, Л.А. Василенко, І.І. Заводовської, Е. Йордона, С.О. Календжяна, С.Н. Лепіхіної, О.В. Манойленко, М.Р. Мінасяна, Д.М. Михайлова, І.Л. Рудої, М.Н. Руденко, Дж.Б. Хейвуда, Ф.Н. Філіної, І.Д. Хаджієва, С.Г. Чувакова. Незважаючи на досить ґрунтовні дослідження загальних питань аутсорсингу та його окремих аспектів, питання аутсорсингу оцінки якості сервісу в спеціальній літературі висвітлені

досить стисло та найчастіше розглядаються в контексті маркетингових досліджень. Тому необхідне подальше вивчення сутності аутсорсингу оцінки якості сервісу, а також аналіз можливостей його активнішого застосування на вітчизняних підприємствах.

Мета та завдання статті. Метою даної статті є вивчення сутності аутсорсингу оцінки якості сервісу на основі методики Mystery Shopping, перспектив його застосування та розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з передумов підвищення якості сервісу є постійне відстеження та оцінка його рівня. При цьому важливо забезпечити незалежність, об'єктивність та неупередженість оцінки, якість її проведення з урахуванням особливостей сфери діяльності підприємства, виробленої ним продукції та послуг. Неадекватні результати оцінки якості сервісу можуть увести в оману керівництво підприємства та спричинити помилкові стратегічні дії щодо його подальшого функціонування, отже, необхідне професійне виконання такої оцінки.

Проте не всі підприємства мають можливість фахового та якісного виконання оцінки якості сервісу. Великі корпорації мають власні структурні підрозділи, які можуть професійно здійснювати оцінку якості сервісу. Для невеликих організацій більш прийнятним є використання послуг спеціалізованих компаній, які надають їх у формі аутсорсингу, але й великі корпорації також частково або повністю передають послуги в аутсорсинг. Практика свідчить, що виконання оцінки якості сервісу саме у формі аутсорсингу забезпечує значно більший ефект, ніж у разі її виконання персоналом підприємства.

Одним з інструментів оцінювання якості сервісу, який останніми роками стає все більш популярним, є методика Mystery Shopping («Таємний покупець»), що походить із США та поширилася у світі наприкінці XX сторіччя. Із тих пір ринок цієї послуги стрімко розвивається. За оцінками експертів, обсяг ринку послуг Mystery Shopping у всьому світі складає більш ніж 2 млрд доларів США, у т.ч. у США – близько 1 млрд доларів, кількість агенцій Mystery Shopping – близько 1000, у т.ч. у США – близько 500, а кількість таємних покупців, зареєстрованих лише в США, – кілька мільйонів осіб. У Європі ринок Mystery Shopping дещо відстає в розвитку від США і кількість агенств, що спеціалізуються на наданні цієї послуги, порівняно невелика. Отже, нині провайдери послуги Mystery Shopping зосереджені в США [7; 8].

Послуга Mystery Shopping може застосовуватися як інструмент контролю та управління якістю надання послуг, інструмент маркетингових досліджень, виявлення слабких сторін і конкурентних переваг тощо. У ринкових умовах аутсорсинг оцінки якості сервісу виступає як актуальний та сучасний засіб підвищення лояльності

клієнтів, мотивації персоналу, зростання ефективності господарювання, поліпшення ринкових позицій та забезпечення сталого розвитку підприємства. Тому керівництву підприємств не слід нехтувати можливостями застосування аутсорсингу оцінки якості сервісу, а використовувати його переваги у власних інтересах.

Якість послуг значною мірою залежить від рівня освіти, кваліфікації, досвіду, дисциплінованості, комунікабельності, ввічливості, доброзичливості та інших індивідуальних характеристик працівників підприємства, які надають відповідні послуги. Отже, персонал є основним носієм якості послуг. Через це зазвичай оцінка якості сервісу, поряд з іншими критеріями, передбачає ретельне вивчення дій персоналу та його результативності.

Аутсорсинг оцінки сервісу передбачає виконання наступного комплексу заходів:

- анонімне особисте відвідування (рідше – телефонне спілкування, зв'язок через web-сайт або електронною поштою) таємним покупцем, який виступає в ролі звичайного покупця, зазначеного місця локації;

- збір матеріалів, які характеризують якість надання послуг (загальний опис місця локації, оцінка ступеня комфорту відвідувача, виконання встановлених стандартів діяльності, детальний опис зовнішнього вигляду та дій персоналу, збирання так званих артефактів, що наочно підтверджують окремі аспекти перевірки);

- складання та надання детального звіту замовникові послуги.

Перелік критеріїв, що підлягають оцінці, заздалегідь узгоджується із замовником послуги та залежно від конкретних вимог та специфічних характеристик сфери його діяльності може бути спрощеним або розширеним. Найбільш типовий перелік оцінюваних параметрів якості сервісу містить наступні позиції:

- виконання співробітниками норм етикету (привітність, доброзичливість та ін.);

- мова співробітників (грамотність, ввічливість, зрозумілість);

- зовнішній вигляд співробітників (охайність та відповідність фірмовому стилю компанії);

- чистота й порядок у приміщеннях і на робочих місцях співробітників;

- мерчандайзинг;

- швидкість обслуговування;

- доступність співробітників для клієнта [6; 7].

Водночас таємні покупці, незважаючи на докладні інструкції щодо здійснення оцінки, іноді порушують їх, даючи недостатньо об'єктивну оцінку, що може призвести до неправильних висновків та неадекватних стратегічних рішень керівництва компанії-клієнта. Отже,

вплив людського чинника на результати оцінки має бути мінімізований. Тому значна увага приділяється ретельному відбору кандидатів, навчанню та перевірці знань таємних покупців, а їх звіти додатково перевіряються й лише після цього передаються клієнтові. Крім того, результати оцінки якості сервісу можуть бути оскаржені особами, яких перевіряли, тоді проводиться додаткова перевірка.

За результатами перевірки замовник послуги може зробити висновки щодо дотримання стандартів якості роботи персоналу в місці локації, виявити недоліки та розробити перелік коригуючих заходів із метою їх усунення, зокрема, проведення додаткових тренінгів персоналу, коригування моделі мотивації праці, перестановку кадрів. Отже, основним результатом застосування аутсорсингу послуг з оцінки якості сервісу є її поліпшення, що безпосередньо впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства.

Перевірки можуть бути одноразовими або мати певну періодичність залежно від побажань клієнта. Великі торговельні мережі зазвичай замовляють досить часті перевірки (наприклад, кілька оцінок на місяць за кожним магазином) і співпрацюють із провайдерами послуг з оцінки якості сервісу на регулярній основі, оскільки практика свідчить про підвищення сервісу під час регулярних перевірок та зниження його в разі їх скорочення або припинення [8]. Але невеликі компанії все ще продовжують нехтувати аутсорсингом даного виду послуг або замовляють їх досить рідко, чим спричиняють подальшу втрату власних ринкових позицій.

Нині найчастіше здійснюється оцінка якості готельних, банківських, страхових, транспортних послуг, інтернет-послуг, обслуговування споживачів та конкурентоспроможності товару. Відповідно оцінюється персонал готелів, банків, закладів харчування, роздрібних магазинів, мереж АЗС, кур'єрських служб, сервісних центрів, мереж аптек і медичних закладів, страхових компаній, агенцій нерухомості, авіакомпаній, кінотеатрів та ін. В Україні послуги Mystery Shopping замовляють такі великі компанії, як «Фокстрот», Unitrade, Fozzy Group, «Суматра Лтд», Raiffaizenbank Ukraine, McDonald's та ін. [3; 6; 7].

Найактивніші суб'єкти ринку послуг з оцінки якості сервісу діють на ньому порівняно недавно. Нині на вітчизняному ринку найбільшими компаніями в цій галузі є 4Service™ Україна (спеціалізований провайдер послуг Mystery Shopping у Східній Європі та Центральній Азії), спеціалізована компанія «Маркетингова лабораторія Marketing Lab», рекламно-маркетингове агентство ADV Energy (Department of Mystery Shopping – національний оператор послуги Mystery Shopping в Україні), IRS Group – група інноваційних дослідницьких компаній, рекламно-

маркетингове агентство «Бюро Маркетингових Технологій», дослідницька компанія R&B RESEARCH (Research & Branding Group), дослідницьке агентство повного циклу InMind, що входить до міжнародної дослідницької мережі Factum Group, ТОВ «Інг Дивіжн» – українське маркетингове агентство, що надає повний комплекс маркетингових послуг (входить до складу «DDI Group»).

Лідуючі позиції на вітчизняному ринку Mystery Shopping, за оцінками експертів, посідає спеціалізована компанія 4Service, яка має гарну репутацію серед клієнтів, значний досвід роботи в даній галузі діяльності, потужний штат працівників, широке географічне охоплення, використовує інноваційні програмні ресурси [4].

Також на ринку Mystery Shopping міцні позиції займають компанії Top Secret, RENTA-GROUP, Українська маркетингова група (UMG), Gfk Україна, дослідницька компанія «Український маркетинговий проект», компанія МТП (м. Дніпропетровськ), SICcompany, компанія Інком [3; 7]. Крім того, на даному ринку діє багато невеликих компаній та агенцій. Поряд зі зростанням попиту на послуги з оцінки якості сервісу зростає й кількість компаній, які надають ці послуги. Водночас можна відмітити тенденцію до сегментації ринку послуги Mystery Shopping, де, приміром, у дослідженні банківського сектору та ринку нафтопродуктів провідні позиції займає компанія Top Secret.

Отже, даний ринок представлений значною кількістю компаній різного розміру, для певної частини яких оцінка якості сервісу є основною функцією, тоді як для інших вона дається поряд з іншими функціями (маркетинговими, соціологічними, політичними).

Компанії, що спеціалізуються на наданні послуги Mystery Shopping, об'єднуються в регіональні асоціації, зокрема, Європейську асоціацію (MPSA Europe) та Північноамериканську асоціації (MSPA North America) провайдерів Mystery Shopping та Українську Асоціацію Маркетингу (УАМ). Членство в цих асоціаціях є запорукою якості надання послуги Mystery Shopping [7].

Із розвитком інформаційних технологій та засобів зв'язку взаємодія та координація дій замовників, таємних покупців, координаторів та інших учасників у процесі оцінки якості сервісу істотно удосконалюються. Зокрема, це виявляється в скороченні часу на оформлення результатів оцінки та передачі інформації щодо проведеної оцінки клієнтові. Але компанії, що надають ці послуги, не зупиняються на досягнутому, деякі з них забезпечують надання інформації клієнтові впродовж часу, наближеного до реального [5]. Удосконалення надання послуг з оцінки якості сервісу дозволяє підвищувати їх якість та знижувати вартість, що створює передумови для активнішого застосування аутсорсингу оцінки якості сервісу.

Через значну конфіденційність інформації щодо ринку послуги Mystery Shopping її дослідження значно ускладнене, але зростання попиту на цю послугу в Україні та світі беззаперечно, що підтверджує її дієвість, ефективність та доцільність застосування.

Висновки. Таким чином, оцінка якості сервісу є засобом, що дозволяє успішно вирішувати широке коло завдань, одним з яких є поліпшення якості сервісу, що вкрай важливо для вітчизняних підприємств у сучасних умовах розвитку ринкових відносин.

Список літератури

1. Аксенов Е. Аутсорсинг: 10 заповідей и 21 инструмент / Е. Аксенов, И. Альтшулер. – СПб. : Питер, 2009. – 464 с.
2. Завада И. Почему уходят покупатели? [Электронный ресурс] / И. Завада // Управление магазином. – 2008. – № 10 – Режим доступа : <www.trademangement.ru>.
3. Кононова И. Эволюция Аутсорсинга. Анализ востребованности и оценка качества услуг [Электронный ресурс] / И. Кононова. – Режим доступа : <<http://www.hrm.ua/community/blog/1320.html>>.
4. Краткий обзор ситуации на рынке услуг Mystery Shopping. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://actiondatagroup.com/ru/research/examples/ms.php>>.
5. Кривденко О. Инновации в методах оценки качества сервиса с помощью тайных покупателей / О. Кривденко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 1. – С. 54–56.
6. Танавская Л. Контрольный покупатель [Электронный ресурс] / Л. Танавская. – Режим доступа : <<http://www.ubo.ru/articles>>.
7. Цысарь А. Mystery Shopping улучшает обслуживание в ресторанах Fast Food [Электронный ресурс] / А. Цысарь. – Режим доступа : <http://www.mspra-eu.org/publications/Mystery_Shopping_Improves_Customer_Service_in_Fast_Food_July_2005.pdf>.
8. Цысарь А. Mystery shopping – метод контроля качества сервиса. [Электронный ресурс] / А. Цысарь. – Режим доступа : <<http://nbene.narod.ru/comm/fcomm14.htm>>.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© О.П. Логвінова, 2013.