

УДК 338.46

Т.М. Братенкова, О.В. Матвеева (БГТУ, г. Минск)

КОРРЕКТИРОВКА МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СПЕЦИФИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

При оценке удовлетворенности клиентов компании необходимо учитывать, прежде всего, специфику реализуемого ею товара или услуги, а также качества, мотивы и состояния самих клиентов. Таким образом, для оценки уровня удовлетворенности в сфере медицинских услуг стоит учесть как стандартные особенности услуг: неосязаемость, неотделимость от источника, качественная неопределенность, недолговечность, так и особые условия: тяжесть заболевания, длительность и сложность лечения, шанс на выздоровление, степень причиняемых неудобств и др. Кроме того, опрос клиентов как универсальный инструмент измерения удовлетворенности работает здесь со значительными допущениями – выздоровление является основным критерием качества данной услуги, однако далеко не всегда отражает объективный уровень качества и участия сторон в его процессе.

Для мониторинга уровня удовлетворенности клиентов необходимо ответить на следующие вопросы: «кто выбирает?», «что выбирает?» и «как выбирает?». Ответом на первый вопрос является совокупность социально-демографических характеристик клиентов. Эти данные позволяют составить обобщенный портрет клиента, что облегчает оптимизацию процесса оказания услуги. Второй и третий вопросы направлены на выявление поведенческих характеристик клиентов и состав потребительской ценности оказываемой услуги. Собранный информация помогает увидеть мотивы и факторы, влияющие на выбор поставщика услуг.

Для минимизации субъективности оценки уровня удовлетворенности, имеет смысл использовать синтез оценок как клиента, так и других участников процесса оказания услуги. Так рассмотрение оцениваемого фактора становится более полным и информативным, что облегчает дальнейшую работу с ним. Концентрация на задачах, в которых поставщики услуг и клиенты солидарны с оценкой удовлетворенности позволит сэкономить много энергии на этапе реализации.