

УДК 338.462

СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА СЕРТИФИКАЦИОННЫХ УСЛУГ

Я.А. Малаевская, А.А. Рагозин, А.В. АгалаковаСибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск,
email: malaevskaya.yana@yandex.ru

Аннотация. В статье представлена комплексная технология оказания услуг по добровольной сертификации и основные методы оценки её качества. Цель исследования — применить инструменты контроля качества предоставляемых услуг по добровольной сертификации. Особое внимание уделено методам экспертного, социологического, инструментального и модельно-расчётного контроля, а также применению методик SERVQUAL, индекса потребительской лояльности (NPS) и индекса удовлетворенности клиентов (CSI) для оценки удовлетворённости заказчиков. Исследование основано на деятельности Федерального бюджетного учреждения «Красноярский ЦСМ», которое предоставляет услуги добровольной сертификации. Рассмотрены ключевые аспекты сертификации как инструмента повышения конкурентоспособности продукции, укрепления рыночных позиций предприятий и снижения барьеров при выходе на международные рынки. Результаты исследования могут быть полезны органам по сертификации, производителям, поставщикам, а также контролирующим органам, заинтересованным в совершенствовании системы оценки качества сертификационных услуг.

Ключевые слова: услуги по сертификации, качество услуг, оценка качества, метод SERVQUAL, орган по сертификации, контроль качества, система менеджмента качества.

QUALITY ASSESSMENT SYSTEMS FOR CERTIFICATION SERVICES

Ya.A. Malayevskaya, A.A. Ragozin, A.V. AgalakovaSiberian State University of Science and Technology named after academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk,
email: malaevskaya.yana@yandex.ru

Abstract. The article presents a comprehensive technology for providing voluntary certification services and the main methods for assessing their quality. The purpose of the study is to apply quality control tools for voluntary certification services. Special attention is paid to expert, sociological, instrumental, and model-based assessment methods, as well as the application of SERVQUAL methodologies, the Net Promoter Score (NPS), and the Customer Satisfaction Index (CSI) to evaluate customer satisfaction. The research is based on the activities of the Federal Budgetary Institution "Krasnoyarsk CSM," which provides voluntary certification services. Key aspects of certification as a tool for enhancing product competitiveness, strengthening companies' market positions, and reducing barriers to entering international markets are examined. The study's findings may be useful to certification bodies, manufacturers, suppliers, and regulatory authorities interested in improving the quality assessment system for certification services.

Keywords: certification services, service quality, quality assessment, SERVQUAL method, certification body, quality control, quality management system.

Дата поступления статьи в редакцию: 23.11.2025

Дата принятия статьи в печать: 22.12.2025

Введение

Услуги по сертификации играют важную роль в обеспечении качества и безопасности продукции и услуг, формируя доверие потребителей и партнёров. Сертификация способствует укреплению рыночных позиций компаний, снижению барьеров при выходе на международные рынки, а также служит инструментом социальной ответственности. В условиях современной экономики и глобализации услуги сертификации становятся неотъемлемым элементом устойчивого развития предприятий [1, 2]. Объектом настоящего исследования является деятельность по добровольной сертификации, осуществляемая на примере органа по сертификации Федерального бюджетного учреждения «Красноярский ЦСМ». Предметом исследования выступают методы оценки качества этих услуг.

Цель исследования

Цель исследования — систематизировать и описать используемые методологические подходы, определить их роль в обеспечении высокого уровня удовлетворённости заказчиков и устойчивого функционирования органа по сертификации.

Сертификация на территории Российской Федерации может осуществляться в двух формах: обязательной — на соответствие технических регламентов, и добровольной — для установления соответствия стандартам и другим документам добровольного применения [3]. Обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах декларирования соответствия или обязательной сертификации.

Добровольная сертификация — услуга смешанного типа, направленная на удовлетворение материально-бытовых и социально-культурных потребностей (ГОСТ Р 50646-2012) [4]. Примером технологии предоставления услуг по добровольной сертификации является ФБУ «Красноярский ЦСМ», действующий с 1919 года, с филиалами и отделениями в Красноярском крае и соседних регионах. Организация предлагает широкий спектр услуг: экспертиза, поверка, калибровка, испытания, ремонт, сертификация, обучение и др.

ФБУ «Красноярский ЦСМ» соответствует требованиям ГОСТ Р ИСО/МЭК 17065-2012 и собственной системы менеджмента качества [5, 6]. Среди клиентов — физические и юридические лица, правоохранительные органы, государственные и муниципальные заказчики. Центр сотрудничает с научными и промышленными организациями региона.

Потребителями добровольной сертификации выступают производители, поставщики, торговые организации, конечные потребители, контролирующие органы и бизнес-партнёры, заинтересованные в подтверждении качества и безопасности продукции и услуг, а также в повышении конкурентоспособности и доверия.

Согласно Руководству по качеству и Порядку проведения работ, при сертификации используются внутренние ресурсы органа и, при необходимости, аккредитованные испытательные лаборатории (ГОСТ ISO/IEC 17025) [5, 6]. В процессе участвуют три стороны: изготовитель, потребитель и независимый орган сертификации.

Добровольная сертификация служит инструментом, повышающим качество продукции и услуг. Создатели системы сертификации устанавливают объекты, правила и порядок работ, а также могут применять знак соответствия. Сертификация предоставляет потребителям гарантии качества и безопасности приобретаемой продукции или услуги, а предприятиям — возможность продемонстрировать соответствие требованиям, повысить конкурентоспособность и выйти на новые рынки.

Результаты исследования

Применение методов оценки качества услуг сертификации

Методология оценки качества услуг сертификации направлена на контроль соответствия установленным стандартам, повышение доверия заказчиков и конкурентоспособности организации. Для этого используются три основных метода: SERVQUAL, индекс потребительской лояльности (NPS) и индекс удовлетворенности клиентов (CSI).

Метод SERVQUAL представляет собой анкетирование клиентов по трём направлениям: ожидания — респонденты оценивают, каким должен быть идеальный орган по сертификации; восприятие — оценивается, насколько реальная организация соответствует этим ожиданиям; важность — определяется значимость каждого критерия для клиента. Каждый параметр оценивается по шкале Лайкерта от 1 до 5. По завершении сертификации орган по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ» предложил заказчикам заполнить анкету по модели SERVQUAL. Это позволило выявить расхождение между ожиданиями клиентов, их фактическим восприятием качества услуг и важностью каждого критерия. Показатель качества по каждому критерию определяется как разница между тем, как потребитель воспринимает фактическое качество услуги, и тем, чего он ожидал от неё [7]. Анкета содержит 17 вопросов, охватывающих пять ключевых характеристик качества услуги: Материальность (вопросы М1–М3), Надёжность (Н4–Н6), Отзывчивость (О7–О10), Уверенность (У11–У13), Сопереживание (С14–С17). Результаты анализа 15 анкет представлены в итоговой таблице 1.

Согласно методике анализа данные результаты табличного расчета отражаются в интерпретационной карте (рис. 1).

Совпадение ожиданий и восприятия соответствует нулевому значению. Восприятие выше ожиданий является положительным значением. В случае, когда ожидания превышают восприятие — отрицательному значению. Успешными считаются положительные и нулевые значения коэффициента.

Удовлетворительными значениями являются показатели надёжности, отзывчивости и сопереживания. Направления материальность и уверенность требуют улучшений: отрицательные значения отражают проблемы в опрятности персонала, атмосфере доверия и соблюдении профессиональной этики.

Эти аспекты связаны с персоналом. Для повышения доверия необходимо ввести чёткие требования к внешнему виду и дресс-коду. Также важно обучать сотрудников нормам профессиональной этики, проводить тренинги и развивать навыки взаимодействия с клиентами, особенно у новых работников.

Таблица 1

Результаты опроса SERVQUAL

№ и тип	Экспертные оценки	Рейтинг восприятия	Рейтинг ожидания	Коэффициент качества (Q)	Рейтинг важности
1	2	3	4	5	6
Материальность					
M ₁	Орган по сертификации должен иметь современную МТБ	5	4,9	0,1	5
M ₂	Интерьер помещений должен быть в отличном состоянии	4,9	4,9	0	4,8
M ₃	Сотрудники должны выглядеть опрятно	4,9	5	-0,1	4,8
Надежность					
H ₄	Соблюдение заявленного времени и порядка оказания услуг	4,9	4,85	0,05	4,9
H ₅	Стабильность качества услуг по сертификации	4,9	4,9	0	5
H ₆	Быстрая адаптация к новым требованиям	4,8	4,75	0,05	4,9
Отзывчивость					
O ₇	Готовность сотрудников проконсультировать заказчиков по возникшим вопросам	5	5	0	5
O ₈	Сотрудники должны быть дисциплинированными	4,9	4,8	0,1	4,9
O ₉	Оперативность решения проблем или конфликтов	4,9	4,9	0	4,9
O ₁₀	Сотрудники должны помогать заказчикам с выбором схем сертификации	5	4,85	0,15	4,8
Уверенность					
Y ₁₁	Между сотрудниками и заказчиками должна существовать атмосфера доверия и взаимопонимания	4,8	4,9	-0,1	4,8
Y ₁₂	Сотрудники должны соблюдать профессиональную этику	4,9	5	-0,1	4,9
Y ₁₃	Сотрудники должны иметь высокую квалификацию	5	5	0	5
Сопереживание					
C ₁₄	К заказчикам должен проявляться индивидуальный подход	4,8	4,75	0,05	4,8
C ₁₅	Сотрудники должны проявлять инициативу по улучшению деятельности органа по сертификации	4,9	4,75	0,15	4,9
C ₁₆	Сотрудники должны ориентироваться на запросы заказчиков	4,9	4,8	0,1	4,65
C ₁₇	Возможность оставить обратную связь или жалобу	5	4,8	0,2	4,9

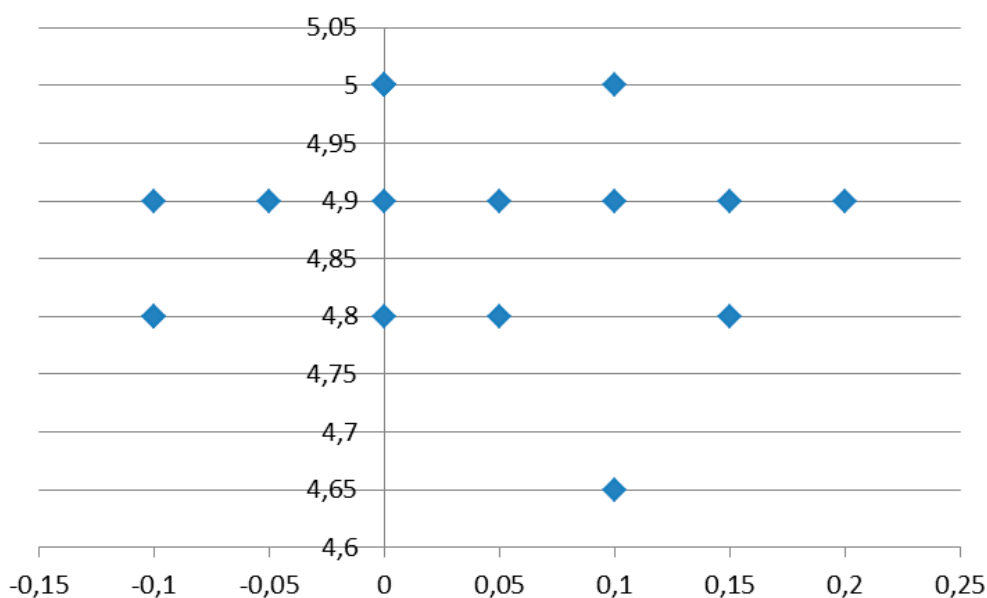


Рис. 1. Интерпретационная карта SERVQUAL «важность – коэффициенты качества»

Метод NPS(Net Promoter Score) оценивает готовность клиентов рекомендовать услуги компании. Форма опроса представлена в таблице 2. Разница между долей промоутеров (оценка 9–10) и критиков (0–6) формирует показатель NPS. Он отражает уровень лояльности и влияет на повторные покупки и прибыль [8, 9].

Таблица 2

Форма опроса

Здравствуй!										
Недавно вы пользовались услугами органа по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ». Оцените, пожалуйста, ваш опыт прохождения добровольной сертификации в нашей организации.										
Ваш отзыв поможет нам развиваться и становиться лучше!										
1. Насколько вероятно, что вы порекомендуете орган по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ» для прохождения добровольной сертификации?										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Насколько вероятно, что для прохождения повторной сертификации вы воспользуетесь услугами органа по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ»?										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Довольны ли вы компетентностью сотрудников органа по сертификации?										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Как вы в целом оцениваете деятельность органа по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ»?										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

В течение месяца нами было опрошено 182 человека. Проведя анализ ответов, были выявлены 70% (129 заказчиков) промоутеров, 24% (43 заказчиков) нейтралов и 6% (10 заказчиков) критиков.

Индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS) рассчитывается как разность между долей промоутеров и долей критиков от общего числа опрошенных потребителей. Иными словами, чтобы определить значение NPS, необходимо из количества лояльных заказчиков вычесть количество негативно настроенных заказчиков, разделить эту разность на общее число респондентов, участвовавших в опросе, и умножить полученное значение на 100 для получения процента [8, 9]. Этот показатель позволяет оценить уровень удовлетворённости и преданности клиентов, а также выявить степень их готовности рекомендовать услугу другим. Результаты влияют на дальнейшую тактику взаимодействия компании с потребителями. Они характеризуют текущую ситуацию.

Полученный результат индекса потребительской лояльности – NPS – равен 65,4% – является хорошим показателем. И говорит о том, что большинство заказчиков являются промоутерами, и готовы рекомендовать организацию другим потребителям услуги.

Далее был рассчитан индекс удовлетворённости потребителей (CSI), учитывающий важность и качество параметров услуг. Данные собираются через опросы и фокус-группы [10]. За месяц было выдано 182 сертификата, проанализировано 80 анкет с оценками важности и качества услуг. Оценка производилась по 5-балльной шкале, где 5 – максимальная важность.

Средняя оценка качества услуг составила 4,75 балла (95%). Высокие показатели получили: доступность информации (100%), соответствие стандартам (83%) и соблюдение конфиденциальности (85%). Наименьший индекс у параметра «Стоимость услуг» (64%), которую изменить нельзя, так как ценообразование вне полномочий организации. Уровень качества услуги рассчитывается как средневзвешенное значение оценок, выставленных потребителями-респондентами (средняя оценка стоимости услуг – 4,6 балла).

Для каждой оценки качества услуги рассчитан индекс удовлетворённости потребителя (CSI): умножили количество респондентов, поставивших эту оценку, на само значение оценки, после чего результаты суммировали. Далее рассчитывается средняя оценка качества услуги, которая представляет собой усреднённое значение по разным параметрам (сумма оценок по отношению к количеству параметров). Полученное среднее значение в баллах затем переводится в проценты, где максимальный балл принимается за 100% [11]. В данном случае средняя оценка качества услуги составляет 4,75 балла, что соответствует 95% удовлетворённости клиентов. Индекс CSI показал высокую оценку большинства параметров, за исключением «Стоимости услуг», которую изменить невозможно, так как организация не занимается ценообразованием.

Таблица 3

Результаты оценки качества услуг по сертификации

Показатель качества (по степени зависимости)	Оценка важности потребителя	Шкала оценки качества услуг					Кол-во анкет	Средняя оценка качества услуг в баллах	Индекс CSI по каждой оценке	
		5	4	3	2	1				
Качество предоставляемых услуг	5	60	20	0	0	0	80	4,75	«5»=300	75%
									«4»=80	25%
Соответствие стандартам	5	66	14	0	0	0	80	4,83	«5»=330	83%
									«4»=56	17%
Стоимость услуг	4	51	27	2	0	0	80	4,60	«5»=255	64%
									«4»=108	27%
									«3»=6	9%
Время предоставления услуг	4	45	35	0	0	0	80	4,56	«5»=225	57%
									«4»=140	43%
Квалификация персонала	5	54	26	0	0	0	80	4,68	«5»=270	68%
									«4»=104	32%
Доступность информации	4	80	0	0	0	0	80	5,00	«5»=400	100%
Соблюдение конфиденциальности заказчик	5	68	12	0	0	0	80	4,85	«5»=340	85%
									«4»=48	15%
Средняя оценка качества услуги, баллы								4,75		
Средняя оценка качества услуги, %								95%		

Использование методов SERVQUAL, CSI и NPS позволяет комплексно оценивать качество услуг, учитывать мнение клиентов и повышать их удовлетворённость и лояльность, что способствует росту конкурентоспособности организации [12].

Выводы

В ходе исследования проведён комплексный анализ органа по сертификации ФБУ «Красноярский ЦСМ», включая его структуру, специфику услуг и процессы сертификации. Исследование выявило ключевые факторы, влияющие на качество и эффективность услуг, что важно для поддержания конкурентоспособности организации. Анализ нормативной базы показал, что деятельность органа регулируется множеством требований и стандартов, включая национальные и международные нормы, а также правила безопасности, конфиденциальности и независимости, что обеспечивает надёжность и законность сертификационных процедур. Исследование организационной структуры и схемы оказания услуг выявило системный подход к контролю качества на всех этапах — от приема заявки до выдачи сертификата. Многоуровневая система контроля позволяет своевременно выявлять и устранять отклонения, минимизируя риски и повышая доверие заказчиков. Для оценки качества услуг использовались методы SERVQUAL, индекс потребительской лояльности и индекс удовлетворённости потребителей. Полученные результаты показали высокий уровень удовлетворённости клиентов и профессионализма персонала, а также выявили зоны для улучшения.

Таким образом, устойчивый успех и престиж организации обеспечиваются системным управлением, внедрением современных технологий и постоянным развитием компетенций сотрудников. Эти факторы гарантируют соответствие услуг международным стандартам и ожиданиям заказчиков, способствуя росту качества и конкурентоспособности ФБУ «Красноярский ЦСМ».

Литература

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Введ. 2015-11-01. М.: Стандартинформ, 2019. 48 с.
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. Введ. 2015-11-01. М.: Стандартинформ, 2015. 23 с.
3. Боларев Б.П., Мармышев А.В., Моргунов В.Н. и др. Красноярский центр стандартизации, метрологии и испытаний: становление и развитие (1919 – 2019) / под. ред. Моргуна В. Н. Красноярск: ООО Издательство «Офсет», 2019. 160 с.

4. ГОСТ Р 54659-2011 Оценка соответствия. Правила проведения добровольной сертификации услуг (работ). [Электронный ресурс]. URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/51433/> (дата обращения: 13.11.2025).
5. СМ 03-20-03-2024. Порядок проведения работ по добровольной сертификации услуг / В. Ф. Гарифуллин; ФБУ «Красноярский ЦСМ». Красноярск, 2024. 45 с.
6. ФБУ Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва. [Электронный ресурс]. URL: <https://krascsm.ru/> (дата обращения: 13.11.2025).
7. Модель «SERVQUAL» – эффективный способ измерения сервиса | Блог 4brain. [Электронный ресурс]. URL: <https://4brain.ru/blog/модель-servqual/> (дата обращения 07.11.2025).
8. Оценка качества предоставляемой услуги. [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnick.ru/marketing/ocenka_kachestva_predostavlyaemoy_uslugi/#metodicheskie-osnovy-ocenki-kachestva-predostavlyaemyh-uslug (дата обращения 10.11.2025).
9. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг Авитион. [Электронный ресурс]. URL: <https://avition.ru/gosts/gost-r-52113-2014-uslugi-naseleniyu-nomenklatura-pokazateley-kachestva-uslug/> (дата обращения 07.11.2025).
10. CSI (Customer Satisfaction Index): Как измерить и повысить удовлетворенность клиентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bitrix24.ru/journal/customer-satisfaction-index/> (дата обращения 10.11.2025).
11. CSI (Customer Satisfaction Index): что это в маркетинге, расчет индекса удовлетворенности по формуле – Обучение – Яндекс Реклама. [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/csi> (дата обращения 10.11.2025).
12. Рагозина М.А., Эмм И.О., Рагозин А.А. Методика SERVQUAL как инструмент повышения качества лабораторных услуг в металлургии // *Управленческий учет*. 2024. № 8. С. 382-389. EDN TSVAJP.