

УДК 024.5:004-021.465
DOI 10.20913/2618-7515-2019-2-40-43

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ ИНФОРМАЦИОННЫМ УСЛУГАМ КАК ОСНОВА ОЦЕНКИ ИХ КАЧЕСТВА

CONSUMER REQUIREMENTS FOR ELECTRONIC INFORMATION SERVICES AS A BASIS FOR ASSESSING THEIR QUALITY

© **Огнева Элла Николаевна**

старший преподаватель кафедры технологии автоматизированной обработки информации, Кемеровский государственный институт культуры, Кемерово, Россия, ella@kemtuki.ru

Рассматриваются вопросы оценки качества электронных информационных услуг библиотек. Отмечается важность учета потребительских требований, предъявляемых к информационным услугам, для управления качеством обслуживания пользователей. Характеризуется понятие качества библиотечно-информационной услуги как прикладное понятие, связанное с запросами и ожиданиями пользователя, которому предоставляется услуга. Описываются потребительские требования к электронным информационным услугам, предъявляемые как библиотечно-информационными специалистами, так и специалистами в области квалиметрии.

Ключевые слова: управление качеством, электронные информационные услуги, свойства информационных услуг, потребительские требования

Ogneva Ella Nikolaevna

Senior Instructor of the Department of Automated Information Processing Technology, Kemerovo State University of Culture, Kemerovo, Russia, ella@kemtuki.ru

Issues of assessing the quality of electronic information services of libraries are considered. The importance of taking into account consumer requirements for information services for managing the quality of customer service is noted. The concept of the quality of library information service is characterized as an applied concept related to the requests and expectations of the user to whom the service is provided. Consumer requirements for electronic information services, highlighted by library and information specialists, as well as specialists in the field of qualimetry, are described.

Keywords: quality management, electronic information services, properties of information services, customer requirements

Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий и внедрение их в деятельность библиотек создает благоприятную среду для решения на принципиально новом уровне задач организации обслуживания пользователей с применением электронных информационных услуг.

Усложнение читательских запросов и конкуренция на информационном рынке требуют от библиотек не только расширения ассортимента электронных информационных услуг, но и повышения их качества. Управление качеством электронных информационных услуг становится одним из важнейших направлений деятельности российских библиотек.

Управление качеством обслуживания пользователей предполагает в том числе оценку качества электронных информационных услуг. В свою очередь, это невозможно без рассмотрения требований, которые предъявляют к электронным информационным услугам пользователи.

В библиотечно-информационной сфере понятие качества наделено прикладным содержанием и связано непосредственно с запросами и ожиданиями пользователя, которому предоставляется услуга.

Качество библиотечно-информационной услуги – совокупность свойств и характеристик (параметров) услуги, обеспечивающих ее способность удовлетворять определенные (обусловленные или предполагаемые) потребности пользователя в соответствии с его запросами и ожиданиями [1, с. 75].

Следует различать две характеристики понятия «качество»: объективная – качество как свойство, и субъективная – способность удовлетворять потребителей. Если учесть, что качество информационных услуг есть совокупность их свойств, способных удовлетворять потребности пользователей, то оценка качества – это оценка всех свойств, значимых для пользователя.

Как известно, информационные услуги, в том числе и электронные, обладают специфическими свойствами, существенно отличающими их, например, от информационных продуктов. В учебнике «Библиотечно-информационное обслуживание» [2, с. 125], в частности, отмечаются следующие свойства:

- неосязаемость (вербальная, визуальная, виртуальная природа);
- невозможность хранения без дополнительных затрат на фиксацию информации;
- неотделимость некоторых услуг от производителя;
- возможность адаптации услуг к индивидуальным и групповым запросам пользователей;
- жесткая зависимость качества от характеристик исходного «сырья», ресурса, технических средств реализации, на базе которых услуга предоставляется, от квалификации исполнителя услуги;
- сложность объективной оценки услуги в силу того, что пользователь часто выступает «соисполнителем» услуги и главным (не всегда достаточно компетентным) экспертом по его качеству.

М. Я. Дворкина в монографии «Информационное обслуживание: социокультурный подход» [3] отмечает следующие свойства информационных услуг: полезность; способность облегчить доступ к информации, расширить возможности ее выбора; интеллектуальный характер услуги; неотделимость от исполнителя; уникальность (поскольку каждый раз одна и та же форма услуги создается разными партнерами в разных ситуациях, с помощью разных ресурсов и сочетания их элементов); невозможность накопления и хранения услуги; отражение в структуре некоторых элементов запроса (прежде всего – предмета запроса); наличие в структуре услуги формы, содержания, пространственно-временных характеристик.

Каждая информационная услуга уникальна, неповторима, что объясняется различными причинами:

- индивидуальным характером читательских запросов;
- различными возможностями СБА разных библиотек;
- различным профессиональным опытом сотрудников библиотеки, предоставляющих услугу;
- эвристическим характером сложных библиографических и фактографических запросов, выполнение которых не поддается алгоритмизации [4].

Уникальность электронных информационных услуг затрудняет процесс оценки их качества. При этом особое значение приобретают потребительские требования, то есть те характеристики электронных информационных услуг, которые соответствуют ожиданиям пользователей.

Потребительские требования – желаемые характеристики услуг, способные, с точки зрения пользователей, удовлетворять их потребности и ожидания [2, с. 192].

Задача библиотечно-информационных учреждений, оказывающих электронные информационные услуги, – «достигнуть максимально возможного соответствия потребительских свойств услуги пользовательским требованиям и даже превысить их» [2, с. 192].

Различные библиотечно-информационные специалисты выделяют многообразные потребительские требования к предоставляемым услугам. В частности, В. К. Ключев [1, с. 76] отмечает, что для успешного функционирования центров сервисной информационной поддержки необходимо обеспечивать ряд общих функциональных требований к предоставляемым услугам/обслуживанию. Обслуживание должно соответствовать целевому назначению; быть социально адресным, то есть удовлетворять запросы определенного контингента (приоритетных / целевых групп) потребителей; включать комплекс предлагаемого набора услуг / компонентов обслуживания; удовлетворять критериям эргономичности (учет оптимальных физических, антропометрических и гигиенических возможностей потребления конкретной услуги, обеспечивающей повышенную комфортность обслуживания, сохранение здоровья и работоспособности пользователя), информативности (полное, достоверное и своевременное информирование потребителя о предлагаемой / рекламируемой услуге, позволяющее правильно, с учетом потребительских свойств и особенностей, выбрать ее наиболее целесообразный вариант – модификацию), культуры обслуживания, эстетичности (включая экономию времени пользователя, внешнюю форму подачи услуги – оформление продукции, дизайн помещения, внешний облик персонала и т. п.).

Исходя из постулата сервисной деятельности и комплексной оценки потребителем качества услуг, с учетом психологического, и организационно-технического аспектов, В. В. Брежнева [5, с. 76–77] в структуре потребительских требований к информационной продукции предлагает выделить несколько блоков:

- требования к информации как исходному материалу, ресурсу, сырью;
- требования к производителю;
- требования к оборудованию и технологиям;
- требования к условиям предоставления услуг.

В свою очередь в маркетинге услуг значительное внимание уделяется изучению проблемы восприятия качества услуг. Выделяются следующие группы характеристик обслуживания, влияющих на удовлетворение его качеством [2, с. 24]:

- «обязательные» характеристики, из наличия которых складывается образ услуг, предоставляемых библиотекой (необходимая литература, консультации библиографа и т. д.); если предлагаемые услуги не соответствуют образу, сложившемуся в представлении потребителя, он отказывается от использования услуг данной организации;
- «нейтральные» характеристики, наличие которых потребитель не замечает, когда они находятся в норме (хорошее освещение, теплое помещение, чистота, внимательность сотрудников), но отклонение от нормы тут же вызывает неудовольствие; улучшение этих характеристик почти не способствует увеличению потребительского восприятия ценности услуг, а вот ухудшение – резко снижает;
- «сюрпризные» характеристики, наличие которых повышает привлекательность данной организации в восприятии потребителей, делает ее заметной на фоне конкурентов, а отсутствие не вызывает неудовольствия (в силу того что потребитель и не ожидает их получить), например, путеводитель по библиотеке или памятки для читателей, предложения, касающиеся предоставления услуг, о которых читатель не знал, и т. д. В квалиметрии различают функциональные, эргономические и эстетические потребительские требования.

К функциональным потребительским требованиям электронных информационных услуг можно отнести: соответствие целевому назначению услуги, доступность, возможность многоаспектного поиска информации, среднее время ожидания услуги, безопасность и т. д. Среди эргономических потребительских требований можно выделить следующие: экономия затрат на потребление услуги, соответствие психофизиологическим особенностям пользователя, дружественный интерфейс и т. д. Эстетические потребительские требования: эмоциональная удовлетворенность от услуги, гармоничность, соответствие современным «трендам» и т. д.

При анализе различных потребительских требований, предъявляемые к информационным услугам в целом становится очевидным, что для различных групп потребителей и применительно к различным ситуациям обслуживания может наблюдаться достаточно широкий диапазон требований. Следовательно, в процессе организации обслуживания важно выделить требования, являющиеся приоритетными для целевой группы потребителей. Кроме того, перечень этих требований следует дифференцировать, в зависимости от вида электронных информационных услуг, предоставляемых библиотечно-информационными учреждениями.

Таблица 1

Потребительские требования, предъявляемые к услугам поиска в электронном каталоге и услугам виртуальной справочной службы

№	Группа требований	Сущность требования
1	К содержанию услуги	Соответствует ли содержание информации, полученной в ходе предоставления услуги, запросу пользователя
2	К ресурсной базе	На основе совокупности каких информационных ресурсов выполняется услуга
3	К форме предоставления информации	В какой форме предоставляется информация (библиографической/фактографической/полнотекстовой)
4	К способу оказания услуг	Какие информационные технологии используются для предоставления услуги
5	К категориям доступа	Имеются ли ограничения на предоставление услуги
6	К форме обслуживания и времени предоставления услуги	Услуга предоставляется в режиме реального или отложенного времени и в какие сроки
7	К количеству предоставляемых документов (описаний документов)	Соответствует ли количество документов (описаний документов), предоставляемых в ответе на запрос, ожиданиям пользователя
8	К удобству использования	Удобно ли использовать услугу
9	Эргономические	Соответствует ли услуга физиологическому и психологическому состоянию человека
10	Технические	Каким оборудованием должен располагать пользователь для получения услуги
11	Программные	Каким программным обеспечением должен располагать пользователь для получения услуги

Окончание таблицы 1

№	Группа требований	Сущность требования
12	Экономические	Понесет ли пользователь какие-либо экономические затраты на получение услуги
13	Эстетические	Получил ли пользователь эмоциональную удовлетворенность от услуги, соответствует ли она современным «трендам»

Так как одним из основных видов обслуживания в библиотеке всегда являлось справочно-библиографическое, а среди справочных услуг, предоставляемых в электронной форме, базовыми и наиболее активно развивающимися являются поиск в электронном каталоге и услуги виртуальной справочной службы, сформулируем основные группы потребительских требований именно к данным услугам (табл. 1).

На основании потребительских требований разрабатывается номенклатура показателей оценки качества поиска в электронном каталоге

и услуг виртуальной справочной службы. Далее следует переходить к рассмотрению методов определения показателей качества и методов оценки качества электронных информационных услуг в целом.

Таким образом, для оценки качества электронных информационных услуг из всех потребительских требований выделяются самые важные, основные, которые удовлетворяют потребительским требованиям целевой группы пользователей. И уже на их основе формируются показатели качества электронных информационных услуг.

Список литературы

1. Ключев В. К. Маркетинг в системе управления библиотекой : учеб. пособие. Москва, 1995. 131 с.
2. Библиотечно-информационное обслуживание: учебник / Ю. Ф. Андреева, О. Ф. Бойкова, В. А. Бородина [и др.] ; науч. ред. М. Я. Дворкина. Санкт-Петербург : Профессия, 2016. 240 с.
3. Дворкина М. Я. Информационное обслуживание: социокультурный подход. Москва : ИПО Профиздат, 2001. 112 с.

4. Дригайло С. В., Дригайло В. Г. Библиотечные и информационные продукты и услуги: их содержание и использование // Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса : материалы 17 Междунар. конф. «Крым 2009», 6–14 июня 2009 г., Судак (Автоном. Респ. Крым, Украина). 2009. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2009/disk/67.pdf> (дата обращения: 03.10.2018).

5. Брежнева В. В. Информационное обслуживание: концепция сервисного развития : дис. ... д-ра пед. наук. Санкт-Петербург: Профессия, 2007. 331 с.