

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ОПЕРАЦИЙ С НЕДВИЖИМЫМ ИМУЩЕСТВОМ: СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

В настоящей статье рассмотрены актуальные вопросы, касающиеся проведения оценки качества сервиса в сфере операций с недвижимостью, в частности, изложены теоретико-методические подходы к определению количественного значения показателя качества сервисных услуг. Авторами обобщены существующие методики определения оценочного значения показателя качества сервиса, обозначены субъективные стороны рассмотренных методик. Предложено авторское видение методического обеспечения установления оценочных значений показателей качества сервиса в сфере операций с недвижимостью.

**Ключевые слова:** сервис, недвижимость, качество сервиса, методика, критерии оценки, эффективность, недвижимое имущество, качество обслуживания.

**Введение.** В современном мире понятие «сервис» неразрывно связано со сферой услуг. Ретроспектива развития системы сервиса характеризуется различными историческими этапами развития общественных отношений. В зависимости от этапа развития общественных отношений менялись требования потребителей товаров и услуг к видам, качеству и технике обслуживания, что позволило авторам сделать вывод о том, что на становление института сервиса непосредственно повлияло усложнение экономических и общественных отношений в контексте дифференциации потребительских предпочтений к качеству услуг и обслуживания.

**Цель исследования.** Цель систематизации и обобщения современных методических подходов к оценке качества сервиса в сфере недвижимости — это исследование современных технологий оказания услуг и определение набора оценочных критериев, позволяющего обеспечить конкурентоспособность деятельности субъекта предоставления сервисных услуг в контексте качественного удовлетворения потребностей населения в сфере операций с недвижимым имуществом.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что региональный рынок недвижимости представлен достаточным количеством агентств недвижимости, предоставляющих сервисное обслуживание невысокого качества и ориентированных на получение экономической выгоды. В таких условиях возрастает роль повышения качества сервиса недвижимости, обеспечить которое возможно внедрением системы оценки качества сервиса недвижимости, применением методик оценки потребительского поведения, а также путем совершенствования организации обслуживания клиентов в «контактной зоне».

**Основная часть.** В настоящее время в экономическом пространстве РФ идет активное становление и развитие сервисной цивилизации, характеризующейся ростом и доминированием сервисных услуг в объеме ВВП, увеличением количества занятых в данном секторе экономики [1, с. 19].

Под системой сервиса будем понимать «искусственно созданный комплекс элементов, включающий объект сервиса, технические средства сервиса, коллектив людей (специалистов по сервису и потребителей), предназначенный для решения сложной организационно-технической задачи удовлетворения потребностей потребителя в конкретных социальных, экономических, законодательных и информационных условиях функционирования» (рис. 1) [1, с. 20].

Несмотря на стремительное развитие частной формы собственности и повышение спроса на сервисное обслуживание при отчуждении или приобретении недвижимого имущества на сегодняшний день у потребителей сложилось стереотипное негативное отношение к сервису недвижимости. Основ-

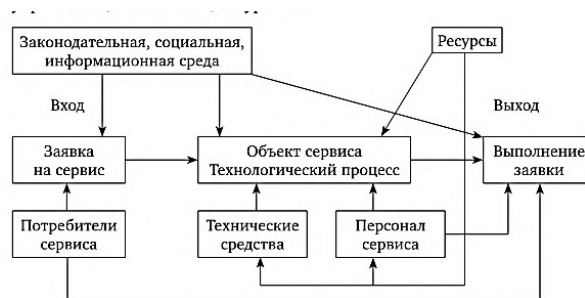


Рис. 1. Структурная схема системы сервиса [1, с. 21]

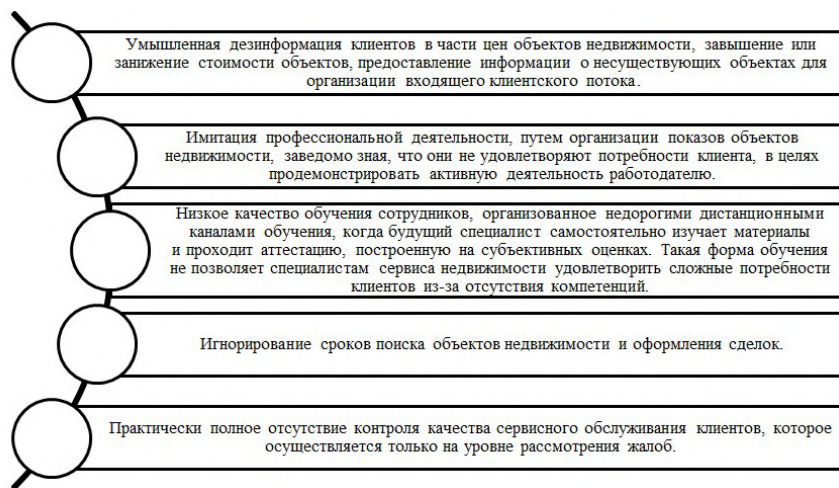


Рис. 2. Систематизация профессиональных ошибок в сервисной деятельности, предопределяющих негативное отношение к процессу оказания услуг в сфере операций с недвижимым имуществом



Рис. 3. Проблемные точки процесса обеспечения качества сервиса в сфере операций с недвижимым имуществом

ным недовольством в работе риэлторских компаний является неудовлетворенность в обслуживании клиентов, в части профессионализма специалистов сервиса, культуры обслуживания, завышенной стоимости услуг.

Анализ современной практики оказания сервисных услуг в сфере операций с недвижимостью позволил выделить следующие моменты, формирующие негативное отношение к риэлторским услугам (рис. 2). Резюмируя сказанное, можно выделить несколько проблемных точек сервиса, требующих пристального внимания не только субъектов оказания профессиональных услуг на рынке недвижимости, но и государственных структур (рис. 3).

Применительно к обеспечению требуемых значений качественных параметров сервиса отметим тот факт, что в РФ специальные нормативные правовые акты, регламентирующие работу риэлторских компаний на законодательном уровне, не разработаны. Деятельность агентств недвижимости регулируется общими положениями Гражданского кодекса, законами и подзаконными актами конституционного, гражданского, налогового, административного и уголовного права.

Отсутствие правовой базы не делает сервис недвижимости полностью безопасным для клиентов.

При некачественной работе страдает имидж компании. В условиях отсутствия правового поля в соответствии со статьей 121 Гражданского кодекса Российской Федерации было создано крупное профессиональное объединение — Российская Гильдия Риэлторов, которая объединяет региональные ассоциаций. Главной задачей Российской Гильдии Риэлторов является развитие цивилизованного рынка недвижимости путем формирования единых стандартов работы агентств.

Так, при участии Российской Гильдии Риэлторов Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации разработан профессиональный стандарт «Специалист по операциям с недвижимостью», утвержденный приказом от 10.09.2019 № 611н. Стандарт содержит требования к образованию, опыту работы, умениям, навыкам, знаниям, этические нормы и установленные стандартные трудовые функции для специалистов, осуществляющих операции с недвижимостью [2]. Соблюдение положений указанного стандарта позволит повысить качество сервиса недвижимости.

Что касается непосредственно оценки качества сервиса недвижимости, то анализ современной научной литературы по выбранной тематике позволил авторам сделать вывод об отсутствии единой

Система оценочных показателей качества сервиса недвижимости

Показатель качества	Способ оценки	Коэффициент значимости
Перечень услуг и его устойчивость	— коэффициент полноты перечня услуг за отчетный период	0,11
Рекламно-информационная деятельность	— наличие описания услуг; — наличие информации о стоимости услуг	0,11
Профессионализм работников	— уровень профессиональной подготовки и опыта работы в соответствии со стандартом «Специалист по операциям с недвижимостью»	0,14
Соблюдение технологий клиентского сервиса	— коэффициент соответствия фактического и технологического клиентского сервиса.	0,11
Издержки потребителя (затраты клиента)	— временные затраты на поиск и показ объектов недвижимости; — временные затраты на консультационные услуги; — временные затраты на оформление документов	0,13
Завершение сделки	— доля клиентов, совершивших сделку от общей численности обратившихся потребителей за отчетный период	0,13
Предоставление услуг клиентам	— количество видов услуг, оказываемых клиентам, и их соответствие стандартам	0,13
Качество обслуживания (по мнению клиентов)	— проведение обязательного опроса клиентов, получивших услуги	0,14

универсальной методики определения уровня удовлетворенности качеством сервисных услуг. Представленные методические разработки разрознены, существенно отличаются друг от друга по набору оценочных критериев и, как следствие, не позволяют получить объективную оценку качества сервиса.

Так, например, Д. М. Конго считает залогом успешного коммерческого цикла использование цифровых технологий в маркетинге (Social Media Marketing (SMM) и Community Management), а также цифровых технологий Big Data при персонализации предложений клиентам, главным направлением применения которых выступает улучшение клиентского сервиса и повышение уровня реагирования на запросы клиентов [3].

И. Д. Мамонтова, М. Е. Глуценко выделяют такие направления оценки качества и культуры обслуживания клиентов в сфере ризлторских услуг, как оценка устойчивости перечня услуг; оценка дополнительного обслуживания; оценка затрат времени на обслуживание клиентов; оценка компетентности персонала компании; оценка культуры обслуживания с точки зрения клиента; оценка завершенности услуги [4].

Следует также отметить попытки адаптации применения зарубежной методики SERVQUAL, разработанной как универсальный инструмент для измерения качества в сфере услуг, при оценке качества сервиса услуг и операций с недвижимостью.

Методика оценки качества услуг на основе ценности с точки зрения клиента, разработанная А. В. Шимохиным, базируется на подходе бережливого производства и предполагает анализ качества услуг посредством построения диаграммы Парето, а в качестве параметров оценки качества услуг выступают такие показатели, как показатели назначения; безопасности; надежности; профессионального уровня персонала [5]. По мнению данного автора, «предложенная методика анализа качества предоставляемых услуг ориентирует руководство на наиболее проблемные участки и работы, входящие в процесс предоставления услуги. Выявленное влияние показателей на качество результата услуг и сервиса подчеркивает необходимость обучения

персонала как по направлениям повышения качества, так и этике общения» [5, с. 136].

Е. Е. Жуковой в работе [6] проведено сравнение методик оценки качества обслуживания клиентов: индекса потребительской лояльности, индекса потребительской удовлетворенности, индекса усилий клиента, их преимущества и недостатки. Приведены дополнительные показатели качества обслуживания клиентов, направления анализа клиентской базы для совершенствования качества обслуживания.

По мнению ряда специалистов, оценка качества сервиса является неотъемлемым структурным компонентом методики оценки конкурентоспособности предприятия на основе ключевых факторов успеха, которая, в свою очередь, позволяет провести количественную оценку конкурентоспособности предприятия, учитывая эффективность его производства, финансовое положение, эффективность сбытовой деятельности, качество производимых товаров и услуг [7].

Р. Н. Кулимов и А. Р. Хуштова в качестве основных методов оценки удовлетворенности потребителей называют следующие: матрица удовлетворенности/неудовлетворенности; мультиатрибутивная модель Фишбейна; Servqual; Mystery Shopping; Система VALS (Value and lifestyle); Методика М. Шеррингтона (методика «5W»); Метод Кано [8].

Особый интерес в рамках выбранной тематики исследования с позиции последующей адаптации вызывает методика оценки качества клиентского сервиса «Народный рейтинг», позволяющая максимально эффективно оценить мнение посетителей об обслуживании в банке либо качество предоставляемых услуг посредством онлайн-сервисов [9].

По мнению группы исследователей Нижегородского государственного инженерно-экономического университета, в условиях роста требований потребителей к качеству услуг цифровизация клиентских сервисов является основным конкурентным преимуществом современных сервисных компаний [10].

Обобщая и систематизируя накопленный в рамках современных подходов к оценке качества услуг и обслуживания опыт, представим авторское

методическое обеспечение процесса определения качественных параметров сервиса в сфере операций с недвижимостью. Итак, качественный сервис недвижимости предполагает создание благоприятных условий для выбора и получения услуг клиентами. Предложено рассматривать качество сервиса недвижимости в соответствии с критериями: ассортимент услуг, рекламная деятельность, профессионализм работников, соблюдение технологий клиентского обслуживания, издержки потребителя, завершенность покупки, предоставление услуг клиентам, качество обслуживания (табл. 1).

Далее опишем процедуру установления расчетных значений оценочных критериев качества сервиса.

Полнота перечня услуг характеризуется коэффициентом, который рассчитаем по формуле:

$$K_{па} = (Ун / Уб) \cdot 0,11, \quad (1)$$

где  $K_{па}$  — коэффициент полноты перечня услуг;

$Ун$  — количество услуг, которые востребованы;

$Уб$  — количество услуг, которые организация готова оказать клиенту;

0,11 — коэффициент значимости.

Показатель рекламно-информационной деятельности рассчитывается по формуле:

$$P = (O + C) \cdot 0,11, \quad (2)$$

где  $P$  — значение показателя рекламно-информационной деятельности;

$O$  — наличие подробного описания услуг (в случае наличия подробного описания услуг критерий установлен на уровне 1, в случае отсутствия описания услуг критерию присваивается значение 0);

$C$  — наличие информации о стоимости услуг (в случае наличия информации о стоимости услуг критерий установлен на уровне 1, в случае отсутствия информации о стоимости услуг критерию присваивается значение 0);

0,11 — коэффициент значимости.

Профессионализм работников оценивается по формуле:

$$П = (Об + Оп + Н) \cdot 0,14, \quad (3)$$

где  $П$  — значение качества профессионализма работников;

$Об$  — соответствие уровня образования стандартам (в случае соответствия присваивается значение 1, в случае несоответствия присваивается значение 0);

$Оп$  — соответствие опыта работы стандартам (в случае соответствия присваивается значение 1, в случае несоответствия присваивается значение 0);

$Н$  — соответствие навыков, знаний, умений стандартам (в случае соответствия присваивается значение 1, в случае несоответствия присваивается значение 0);

0,14 — коэффициент значимости.

Коэффициент соблюдения технологий клиентского сервиса рассчитывается по формуле:

$$Ст = (Стф / Стб) \cdot 0,11, \quad (4)$$

где  $Ст$  — показатель соблюдения технологий клиентского сервиса;

$Стф$  — количество фактически соблюдаемых технологий;

$Стб$  — общее количество примененных технологий, соблюдение которых обязательно;

0,11 — коэффициент значимости.

Критерий, связанный с издержками потребителя, рассчитывают по формуле:

$$И = ((Впф + Вкф + Воф) / (Вп + Вк + Во)) \cdot 0,13, \quad (5)$$

где  $И$  — показатель качества временных стандартов предоставляемых услуг;

$Впф$  — фактическое соблюдение временных затрат на поиск и показ объектов недвижимости в соответствии с установленными стандартами или регламентами (сроки) (соблюдение — 1, не соблюдение — 0);

$Вкф$  — фактическое соблюдение временных затрат на консультационные услуги в соответствии с установленными стандартами или регламентами (сроки) (соблюдение — 1, не соблюдение — 0);

$Воф$  — фактическое соблюдение временных затрат на оформление документации в соответствии с установленными стандартами или регламентами (сроки) (соблюдение — 1, не соблюдение — 0);

$Вп$  — временные затраты на поиск и показ объектов недвижимости (фиксированное значение 1);

$Вк$  — временные затраты на консультационные услуги (фиксированное значение 1);

$Во$  — временные затраты на оформление документов (фиксированное значение 1);

0,13 — коэффициент значимости.

В случае отсутствия регламента сроков на показ объекта недвижимости, оформление документов и консультационные услуги по данному показателю в общей системе оценки присваивается значение 0.

Завершенность сделки рассчитывается по формуле:

$$З = (Кос / Коб) \cdot 0,13, \quad (6)$$

где  $З$  — показатель завершения сделок;

$Кос$  — количество клиентов, совершивших сделки;

$Коб$  — количество клиентов, обратившихся для совершения сделки;

0,13 — коэффициент значимости.

Предоставление услуг клиентам рассчитывается по формуле:

$$Пу = (Уфп / Уок) \cdot 0,13, \quad (7)$$

где  $Пу$  — показатель предоставления услуг клиентам;

$Уфп$  — количество услуг, предоставленных в соответствии со стандартами;

$У$  — общее количество предоставленных услуг.

0,13 — коэффициент значимости.

Качество обслуживания (по мнению клиентов) рассчитывается по формуле:

$$Кк = Бо \cdot 0,14, \quad (8)$$

где  $Кк$  — показатель качества обслуживания по мнению клиентов;

$Бо$  — средний балл опросов всех клиентов;

0,14 — коэффициент значимости.

Перечень вопросов для клиентов компании состоит из пяти пунктов, затрагивающих основные



Перечень вопросов для опроса потребителей

Формулировка вопроса	Варианты ответов	Баллы
Услуги предоставлены в соответствии с изначально установленными сроками?	1) да; 2) нет	1) да — 1 балл; 2) нет — 0 баллов
Ваши потребности в поиске объекта недвижимости удовлетворены?	1) да; 2) нет	1) да — 1 балл; 2) нет — 0 баллов
Вас устроил профессионализм специалиста сервисного обслуживания?	1) да; 2) нет	1) да — 1 балл; 2) нет — 0 баллов
Вы удовлетворены стоимостью услуг?	1) да; 2) нет	1) да — 1 балл; 2) нет — 0 баллов
Вы удовлетворены информационно-консультационными и сопроводительными услугами?	1) да; 2) нет	1) да — 1 балл; 2) нет — 0 баллов

элементы риэлторских услуг, отражающие качество сервиса недвижимости (табл. 2).

Каждый из вышеперечисленных показателей имеет коэффициент значимости. Максимально возможное суммарное значение в соответствии с предложенной системой оценки качество равно 2,06 балла. Предлагается применять следующую градацию достигнутых суммарных значений оценки сервиса недвижимости:

— высокое качество сервиса недвижимости: 1,65–2,06 балла;

— среднее качество сервиса недвижимости: 1,25–1,59 балла;

— низкое качество сервиса недвижимости: до 1,24 балла.

Некоторые из представленных критериев не поддаются прямому количественному измерению, некоторые критерии могут носить субъективный характер, однако это не означает отсутствие целесообразности в применении представленной оценки качества сервиса недвижимости на практике.

Качество сервиса недвижимости формирует имидж компании и влияет на рост или снижение финансовых результатов деятельности компании. Удовлетворенные потребности клиента формируют в его сознании доверие к компании, что в дальнейшем может выразиться в рекомендации компании довольным клиентом другим потенциальным потребителям и повторное обращение за предоставлением риэлторских услуг.

**Заключение.** В заключение хотелось бы отметить тот факт, что быстрое развитие сферы услуг, вызванное низким уровнем затрат и высокой оборачиваемостью капитала, способствовало становлению современной системы сервиса. Несмотря на большой выбор объектов недвижимости, у потребителей сложилось стереотипное мнение о плохом сервисе недвижимости. Для изменения сформированного мнения потребителей необходимо уделять внимание правовому регулированию сферы риэлторских услуг, постоянно модернизировать технологии сервиса, повышать квалификацию специалистов сервиса недвижимости.

В ходе исследования разработана оценка качества сервиса недвижимости, описан метод применения индекса лояльности NPS. Предложенная методика направлена на улучшение сервисного обслуживания в соответствии с потребностями клиентов. Кроме того, у компании появится возможность

повысить умение в общении с клиентами путем последовательного информирования при наличии интереса со стороны самого клиента, а также организовать постпродажный сервис.

Практическая значимость исследования видится в применении методических разработок в процессе предоставления сервисных услуг в контексте качественного удовлетворения потребностей населения в сфере операций с недвижимым имуществом.

#### Библиографический список

1. Бабокин Г. И., Подколзин А. А., Колесников Е. Б. Основы функционирования систем сервиса. В 2 ч. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт, 2023. Часть 1. 423 с. ISBN 978-5-534-06221-2.
2. Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по операциям с недвижимостью»: Приказ Минтруда России от 10.09.2019 № 611н. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
3. Конго Д. М. Влияние цифровизации на эффективность коммерческого цикла продаж // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 36. С. 1954–1959. EDN TYVLTC.
4. Мамонтова И. Д., Глуценко М. Е. Оценка качества и культуры обслуживания клиентов: методический аспект // Экономика, менеджмент, сервис: проблемы и перспективы: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Омск, 10–11 ноября 2021 года. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2021. С. 208–211. EDN OGXWJX.
5. Шимохин А. В. Методика анализа качества услуг // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2021. № 3. С. 129–137. DOI: 10.17586/2310-1172-2021-14-3-129-137. EDN CPKDSO.
6. Жукова Е. Е. Удовлетворенность клиентов: методы и показатели оценки качества обслуживания // Экономика образования. 2021. № 4 (125). С. 60–69. EDN QRPRJA.
7. Казанцева П. И., Шевцова Н. В. Анализ основных методик оценки конкурентоспособности предприятия // Менеджмент социальных и экономических систем. 2021. № 2 (22). С. 8–17. EDN OAKVYP.
8. Кулимов Р. Н., Хуштова А. Р. Анализ методов оценки удовлетворенности потребителя // Качество в производственных и социально-экономических системах: сб. науч. ст. 10-й Междунар. науч.-техн. конф., Курск, 15 апреля 2022 года. Курск: Изд-во Юго-Западного государственного ун-та, 2022. С. 202–206. EDN KPPASZ.
9. Есаулова А. В., Беляева О. В. Оценка качества банковского обслуживания физических лиц с применением онлайн сервиса // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2022. № 1 (88). С. 39–45. EDN FFMGWL.

10. Груздева В. В., Клюева Ю. С., Горохова С. А. Современные подходы к повышению качества услуг // Modern Economy Success. 2022. № 2. С. 112–117. EDN XLXQFH.

**КАЛИНИНА Наталья Михайловна**, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры менеджмента и сервиса Омского государственного технического университета (ОмГТУ), г. Омск.

SPIN-код: 6580-3352

AuthorID (РИНЦ): 508769

ORCID: 0000-0001-9364-3686

Адрес электронной почты: kalinina-nata@mail.ru

**ХРАПОВА Елена Валерьевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и сервиса ОмГТУ, г. Омск.

SPIN-код: 1150-5782

AuthorID (РИНЦ): 504620

ORCID: 0000-0001-8167-9315

Адрес электронной почты: elena1979-28@mail.ru

#### Для цитирования

Калинина Н. М., Храпова Е. В. Оценка качества сервиса в сфере операций с недвижимым имуществом: современные методические подходы // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. 2023. Т. 8, № 3. С. 131–137. DOI: 10.25206/2542-0488-2023-8-3-131-137.

Статья поступила в редакцию 27.03.2023 г.

© Н. М. Калинина, Е. В. Храпова

## ASSESSMENT OF THE QUALITY OF SERVICE IN THE FIELD OF REAL ESTATE TRANSACTIONS: MODERN METHODOLOGICAL APPROACHES

This article discusses topical issues related to the assessment of the quality of service in the field of real estate transactions, in particular, the theoretical and methodological approaches to determining the quantitative value of the service quality indicator. The authors summarized the existing methods for determining the estimated value of the service quality indicator, and outlined the subjective aspects of the considered methods. The author's vision of the methodological support for establishing the estimated values of service quality indicators in the field of real estate transactions is proposed.

**Keywords:** service, real estate, quality of service, methodology, evaluation criteria, efficiency, real estate, quality of service.

### References

1. Babokin G. I., Podkolzin A. A., Kolesnikov E. B. *Osnovy funktsionirovaniya sistem servisa. V 2 ch. [Fundamentals of functioning of service systems. In 2 parts.]*. 2nd ed., Moscow, 2023. Part 1. 423 p. ISBN 978-5-534-06221-2. (In Russ.).
2. Ob utverzhdenii professional'nogo standarta «Spetsialist po operatsiyam s nedvizhimost'yu» [On approval of the professional standard «Specialist in real estate operations»]. Available at «Consultant Plus» System. (In Russ.).
3. Kongo D. M. Vliyaniye tsifrovizatsii na effektivnost' kommercheskogo tsikla prodazh [The impact of digitalization on the efficiency of the commercial sales cycle] // *Innovatsii. Nauka. Obrazovaniye. Innovation. Science. Education*. 2021. No. 36. P. 1954–1959. (In Russ.).
4. Mamontova I. D., Glushchenko M. E. Otsenka kachestva i kul'tury obsluzhivaniya kliyentov: metodicheskiy aspekt [Assessment of the quality and culture of customer service: methodological aspect] // *Ekonomika, menedzhment, servis: problemy i perspektivy. Economics, Management, Service: Problems and Perspective*. Omsk, 2021. P. 208–211. (In Russ.).
5. Shimokhin A. V. Metodika analiza kachestva uslug [Service quality analysis methodology] // *Nauchnyy zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskiy menedzhment. Scientific journal NRU ITMO. Series Economics and Environmental Management*. 2021. No. 3. P. 129–137. (In Russ.).
6. Zhukova E. E. Udovletvorennost' kliyentov: metody i pokazateli otsenki kachestva obsluzhivaniya [Customer satisfaction: methods and indicators for assessing the quality of service] // *Ekonomika obrazovaniya. Economics of Education*. 2021. Vol. 4 (125). P. 60–69. (In Russ.).
7. Kazantseva P. I., Shevtsova N. V. Analiz osnovnykh metodik otsenki konkurentosposobnosti predpriyatiya [Analysis of the main methods for assessing the competitiveness of an enterprise] // *Menedzhment sotsial'nykh i ekonomicheskikh sistem. Management of Social and Economic Systems*. 2021. No. 2 (22). P. 8–17. (In Russ.).
8. Kulimov R. N., Khushtova A. R. Analiz metodov otsenki udovletvorennosti potrebitelya [Analysis of methods for assessing customer satisfaction] // *Kachestvo v proizvodstvennykh i sotsial'no-ekonomicheskikh sistemakh. Quality in Production and Socio-Economic Systems*. Kursk, 2022. P. 202–206. (In Russ.).
9. Esaulova A. V., Belyayeva O. V. Otsenka kachestva bankovskogo obsluzhivaniya fizicheskikh lits s primeneniye onlayn servisa [Assessment of the quality of banking services for individuals using an online service] // *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. Bulletin of the North Caucasian Federal University*. 2022. No. 1(88). P. 39–45. (In Russ.).
10. Gruzdeva V. V., Klyuyeva Yu. S., Gorokhova S. A. Sovremennyye podkhody k povysheniyu kachestva uslug [Modern approaches to improving the quality of services] // *Modern Economy Success. Modern Economy Success*. 2022. No. 2. P. 112–117. (In Russ.).

**KALININA Natal'ya Mikhaylovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Management and Service Department, Omsk State Technical University (OmSTU), Omsk. SPIN-code: 6580-3352  
AuthorID (RSCI): 508769  
ORCID: 0000-0001-9364-3686  
Correspondence address: kalinina-nata@mail.ru

**KHRAPOVA Elena Valer'yevna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Management and Service Department, OmSTU, Omsk. SPIN-code: 1150-5782  
AuthorID (RSCI): 504620  
ORCID: 0000-0001-8167-9315  
Correspondence address: elena1979-28@mail.ru

### For citations

Kalinina N. M., Khrapova E. V. Assessment of the quality of service in the field of real estate transactions: modern methodological approaches // *Omsk Scientific Bulletin. Series Society. History. Modernity*. 2023. Vol. 8, no. 3. P. 131–137. DOI: 10.25206/2542-0488-2023-8-3-131-137.

Received March 27, 2023.

© N. M. Kalinina, E. V. Khrapova