

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

Трубилин Алексей Григорьевич

преподаватель

ЧОУ ВО «Южный институт менеджмента»

г. Краснодар, Краснодарский край

ПАРАМЕТРЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

***Аннотация:** в статье раскрываются основные параметры качества интеллектуальных услуг на основе клиентоориентированного подхода, направления совершенствования деятельности производителей услуг.*

***Ключевые слова:** интеллектуальные услуги, качество, услугодатель, клиентоориентированный подход, параметры качества, оценка качества.*

К показателям качества специалисты относят количественные или качественные требования, установленные согласно характеристикам и условиям объекта и необходимые для реализации и проверки [1]. В состав частных показателей, как правило, включаются следующие параметры клиентской оценки качества интеллектуальных услуг [2]: уровень квалификации производителей услуги; полезность услуги; комплексность услуги; известность организации; уровень цен на интеллектуальные услуги; срок оказания услуг; уровень сервиса; соблюдение этических норм; степень ответственности; уровень креативности в работе (инновационные методы и бизнес-идеи); общая степень удовлетворенности.

Квалификация производителей услуги может быть определена на основании опыта в реализации схожих услуг, уровня образования и наличия знаний по сфере деятельности заказчика, особенностей работы в каждом секторе экономики заказчика.

Качество интеллектуальных бизнес услуг представляет собой набор свойств и параметров, которые влияют на обслуживание клиентов. Основные критерии, определяющие качество консультационных услуг, представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Параметры оценки качества интеллектуальных услуг

Среди критериев качества интеллектуальных бизнес услуг был выделен уровень сервиса. Под уровнем сервиса понимается положительное или отрицательное деловое восприятие клиентами интеллектуальных услуг, которое в итоге приводит либо к дополнительной прибыли производителя и развитию стратегического партнерства с клиентом, либо к созданию условий для роста упущенной выгоды по причине неиспользования возможностей развития.

В практике бизнеса широко встречаются ситуации, когда клиент отказывается от предлагаемых услуг ввиду некачественного уровня сервиса, при том, что вышеуказанный параметр является лишь одним из элементов в системе воспринимаемого (фактического) качества услуг, а значит, уровня качества услуг.

Качество интеллектуальных услуг можно оценить только по завершении оказания услуги. Клиенты производителя интеллектуальных услуг при выборе поставщика услуг ориентируются на мнения коллег (отзывы в профессиональной среде), квалификационный уровень консультантов, рекламу и особенности личного восприятия производителя услуг.

Качество интеллектуальных услуг может быть подтверждено с помощью оценки показателей, среди которых следует выделить: объем услуги, комплексирование услуг, уровень специализации, количество договоров консультационной компании и уровень дохода компании в разрезе каждой интеллектуальной услуги.

Конкурируя с другими поставщиками интеллектуальных услуг, предприятие должно обладать такими качественными преимуществами, которыми не обладают конкуренты. Таким преимуществом является хорошая деловая репутация компании [3]. Заказчик оценивает ожидаемое качество услуг посредством репутации поставщика интеллектуальных услуг, которая формируется по таким критериям, как: опыт и профессионализм; мнение коллег и знакомых; информация в СМИ.

Для повышения качества интеллектуальных услуг различными экспертами предлагается введение добровольной сертификации интеллектуальной деятельности в условиях саморегулирования рынка интеллектуальных услуг, и создание на этой основе единого независимого объединения экспертов в виде саморегулируемой некоммерческой организации. Ее основные задачи: формирование главных требований к профессии, выработка базовых программ по подготовке и переподготовке специалистов; разработка стандартов качества оказания интеллектуальных услуг, обязательных для исполнения всеми участниками рынка данных услуг; разработка системы сертификации специалистов с учетом различных направлений интеллектуальных услуг; проведение экспертиз по проблемным вопросам интеллектуальных услуг.

Стандартизация качества услуг консультационных компаний может быть основана и на применении внутренних стандартов фирмы.

Для удовлетворения ожиданий клиентов и создания ценности интеллектуальных услуг, на основании периодической повторяемости работ, выполняемых консультантом, по причине ограничения перечня предлагаемых услуг вне отраслевой специализации С.А. Делюкин [4] предлагает внедрение комплекса органи-

зационно управленческих стандартов (КОУС). Создание КОУС приводит к упорядочению бизнес-процессов, повышению корпоративной культуры компании, росту эффективности труда, а, следовательно, повышению качества оказываемых консультационных услуг. Методология построения КОУС предприятия предполагает решение двух типов задач: во-первых, определение структуры и научной базы построения стандарта; во-вторых, морфологическое исследование хозяйственной системы и определение объектов стандартизации. Все бизнес-процессы консалтинговой компании разделяются на три группы: основные производственные процессы (выполнение проектов), вспомогательные и обслуживающие процессы.

Полезность интеллектуально-сервисных услуг определяется с помощью экспертной оценки услугополучателя о соответствии оказанной услуги ожиданиям клиента.

Комплексность услуг показывает «панорамность» знаний и профессионализм услугодателя и понимание им различных факторов, влияющих на принятие управленческих решений в процессе разрешения стоящих перед заказчиком проблем.

Известность поставщика интеллектуальных услуг для клиента выражается в узнаваемости бренда, в его деловой репутации на рынке.

Уровень цен на интеллектуальные услуги – пятый фактор оценки качества услуг. Анализируя субъекты рынка интеллектуальных услуг в части малых компаний, можно сделать вывод, что малый бизнес использует низкие, либо среднерыночные цены на свои услуги, так как использование высоких цен повышает вероятность потери клиентов и невозможность конкурирования с крупным бизнесом.

Срок оказания услуг зависит от конкретной интеллектуальной услуги и должен быть прописан в договоре на оказание интеллектуальной услуги. С учетом повсеместного применения почасовой оплаты для клиента важно сокращение работ услугодателя, получение максимального эффекта за минимальный срок и минимальные финансовые затраты. Если услугодатель, к примеру, в максимально

короткие сроки разрабатывает стратегию для компании или внедряет новый программный продукт, его услуги будут наиболее привлекательными для услугополучателей.

Уровень сервиса – седьмой критерий оценки качества интеллектуальной услуги. Наряду с профессиональными качествами, услугодатель должен обладать и личными качествами, среди которых следует отметить приветливость, возможность индивидуального подхода, умение вести личную беседу и расположить к себе клиента, доброжелательность.

Соблюдение этических норм при реализации интеллектуальной услуги оценивается согласно нормам, которые отражены в «кодексах этики» различных отечественных ассоциаций. Среди факторов оценки интеллектуальной услуги с точки зрения этики выделяются: конфиденциальность, беспристрастность, целостность, отсутствие дискриминации, объективность и честность.

Недостаточная разработка национального законодательства, регулирующего деятельность продавцов интеллектуальных услуг, снижает возможность правового регулирования их деятельности. В данных условиях продавец интеллектуальных услуг (услугодатель) несет ответственность по действующим нормам, которые регулируются ГК РФ, антимонопольным законодательством РФ, законом о защите прав потребителей РФ и др. Ответственность продавцов интеллектуальных услуг может регулироваться в рамках заключенного договора, а также внутрикорпоративными стандартами.

Предлагаемая методика оценки качества интеллектуальных услуг может быть использована в целях анализа деятельности производителей услуг как ценная информация для принятия управленческих решений внутри компании-производителя, а также как инструмент привлечения новых потребителей.

Список литературы

1. Павлова К.С. Развитие аудиторских услуг на основе повышения их качества и ценности для клиентов : Дис. ... канд. экон. наук / К.С. Павлова. – Самара, 2013. – 192 с.

2. Грабоздин Ю.П. Система взаимосвязанных показателей управления качеством интеллектуальных услуг / Ю.П. Грабоздин // Вестн. Алтайск.акад. экономики и права. – 2014. – №2 (29). – С. 39–42.

3. Бабенчук К.А. Оценка репутации строительных организаций / К.А. Бабенчук // Вестн. Самар. муницип. ин-та управления. – 2013. – №1. – С. 7–16.

4. Делюкин, С.А. Организация консалтинга в системе рыночного механизма развития предприятий промышленности: Дис. ... канд. экон. наук / С.А. Делюкин. – М., 2014. – 157 с.