

*Н. В. Кот**

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭГИДА»

Сфера услуг – быстро развивающийся сектор современной экономики, наиболее быстро развивающийся сектор международной торговли, составляющий 20 % объема мирового экспорта.

Юридическими услугами следует понимать обязательства, возникающие из договоров поручения, комиссии, агентирования, доверительного управления имуществом и коммерческой концессии (франчайзинга), особенностью которых является участие посредника – представителя, агента, комиссионера, доверительного управляющего и т.п., действующего либо от чужого имени, либо от собственного имени, но в чужих интересах.

Юридическая услуга как понятие образуется следующими существенными признаками: возникновение правового интереса заказчика не связано с существенными жизненно важными элементами деятельности физического или юридического лица и обуславливается желанием получения определенной совокупности благ, которые могут быть полезны (или использованы) в той или иной жизненной ситуации (ожидаемой в будущем, осуществляемой в настоящем или происшедшей в прошлом); интерес заказчика не осуществляется в условиях наличия спора или конфликта, его правам, свободам и правоохраняемым интересам не угрожает потенциальное или реально существующее нарушение; оказание рассматриваемой услуги возможно только при наличии соответствующего юридического образования, лицензии и специальной государственной регистрации; лица, оказывающие юридические услуги обладают совокупностью специальных знаний, правил и приемов их оказания, соблюдают правила профессиональной деятельности; соглашение на оказание услуги оформляется соответствующим договором; исполнитель заранее предвидит результат оказания услуги и все правовые, материальные и иные последствия для заказчика, может предупредить и /или исключить негативные факторы, способные причинить интересам заказчика.

Качество услуги – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и другие. Понятия «качество» в юридической индустрии рассматривается в трех аспектах: качество – это правильно определенные потребности клиентов; качество – это правильно оказанные услуги и качество – это постоянство.

Юридические услуги условно можно разделить на консультационные юридические услуги, услуги по оформлению документов (договоры, соглашения, претензии и т.д.), регистрационные услуги (регистрация недвижимости, ООО, ИП и т.д.) и сугубо юридические услуги – представительство в суде и перед государственными и муниципальными органами, а также внесудебное урегулирование конфликтов.

Основу стандарта менеджмента оказания юридических услуг составляют восемь принципов: ориентация на клиента; вовлечение персонала; лидерство; процессный подход; системный подход к менеджменту; постоянное совершенствование; принятие решений на основе фактов; партнерские отношения с поставщиками.

В юридических фирмах чаще всего для повышения качества услуг используют, такие методы как: пространственные показатели, или «качество окружающей среды», оцениваются менеджером по качеству в процессе проведения регулярного мониторинга качества обслуживания; исследования, посвященные качеству обслуживания, зачастую не рассматривают информационные показатели как один из параметров оценки или уделяют им недостаточное внимание, отдавая безусловный приоритет времени проведения операции и профессиональным показателям (информация о деятельности продаж; информация об услугах; оформление информационных материалов); анализ результатов наблюдения за процессом обслуживания клиентов; анализ записей в Журнале предложений, имеющих отношение к работе персонала; обработки информации из других источников поступления информации о реакции потребителей («горячая линия», Интернет и т.д.); организации рейдов по проверке уровня

* Работа выполнена под руководством канд. пед. наук, доц. О.Ю. Радько.

обслуживания продаж и включение их результатов в итоговые расчеты. В области политики качества юридической компании можно выделить основные направления.

1. Заказчики: необходимо стремиться подробно, вникнуть в требования заказчиков фирмы и обеспечить соответствие услуг и продуктов обоснованным текущим требованиям, будущим требованиям и ожиданиям заказчиков; стремиться обеспечить соответствие услуг и продукции государственным стандартам, нормам и правилам.

2. Установление и поддержание взаимовыгодных отношений с партнерами: налаживание долгосрочных взаимовыгодных отношений с партнерами; установление таких отношений с партнерами, которые создают конкурентные преимущества фирме, и обеспечивает лучший сервис заказчикам; постоянно на основе передовых технологий деятельности российских и зарубежных юридических фирм совершенствовать технологии и методики всех операций юридической фирмы; сохранять постоянных клиентов путем расширения перечня предлагаемых услуг, снижения издержек, привлекать новых клиентов конкурентоспособными по всем показателям услугами, которые полностью соответствуют и удовлетворяют потребности самого взыскательного клиента; поддерживать в фирме устойчивый психологический климат, позволяющий каждому сотруднику с наибольшей эффективностью решать стоящие перед ним задачи; совершенствовать систему управления качеством на основе требований международного стандарта ISO 9001.

Условия достижения успеха в решении поставленных задач:

1. Лидерство и активное участие руководства в контроле качества: разработка прогноза и стратегических целей, соответствующих деятельности фирмы, поиск новых методов оказания услуг; доведение до сведения персонала ценностей, связанных с качеством процессов и продукции, создание атмосферы, благоприятствующей эффективному обмену информацией; определение процессов жизненного цикла услуги, основных и вспомогательных бизнес-процессов, обеспечение их необходимыми ресурсами; определение методов измерения и анализа деятельности фирмы для установления эффективности принимаемых решений.

2. Непрерывное вовлечение персонала в деятельность фирмы: обучение, мотивация и стимулирование персонала, направленные на производство высококачественной продукции; поддержание и развитие корпоративной культуры.

3. Принятие решений высшим руководством на основе объективного анализа фактов: формирование и использование сбалансированной системы показателей для принятия управленческих решений, включающих показатели финансово-экономической деятельности, удовлетворенности потребителей, характеристик бизнес-процессов, роста квалификации персонала; использование бенчмаркинга для определения конкурентов, признанных лучшими на рынке; применение постоянно совершенствуемых методов сбора данных о продукции и процессах ее производства, технологий обработки этих данных.

4. Поддержание положительного имиджа фирмы: написание сотрудниками фирмы статей в специализированные журналы, отраслевых методик и др.

Управление качеством в юридических фирмах основывается на принципах: совершенствовать технологии и методики всех операций юридической фирмы, сохранять постоянных клиентов путем расширения перечня предлагаемых услуг, снижения издержек; привлекать новых клиентов конкурентоспособными по всем показателям услугами, которые полностью соответствуют и удовлетворяют потребности самого взыскательного клиента; поддерживать в фирме устойчивый психологический климат; совершенствовать систему управления качеством на основе требований международного стандарта ISO 9001. Критерии, по которым характеризуется качество услуг в юридических фирмах: надежность (гарантированность); полнота (предоставление услуги в полном объеме); материально-техническая обеспеченность; быстрота решений (своевременность), оперативность обслуживания; учет специфики и анализ потребностей клиента; гибкость в оказании услуг, удобный режим работы; вежливость персонала; удобные и понятные процедуры оформления документации; коммуникабельность (возможность простых, оперативных, информационных, материальных обменов).

Для позиционирования в целом фирмы на рынке юридических услуг необходимо: изучить конкурентов, которые оказывают аналогичные услуги, оценить качество этих услуг и цены на них; методы государственного регулирования данного рынка юридических услуг; условия конкурентной борьбы на данном рынке; потребности клиентов, их платежеспособность и максимальную цену, которые они готовы платить за оказываемые фирмой услуги; сформулировать цели, которые ставит перед собой фирма, выходя на рынок с тем или иным видом услуг, соотнести данные цели с реальными

возможностями фирмы по каждому из направлений (захват рынка, повышение общего качества услуг, уменьшение уровня цены на данную услугу и т.д.); выбрать метод позиционирования услуги. Позиционирование юридической услуги предполагает в основном наличие ответа на три основных вопроса: каковы целевые сегменты рынка (кто является клиентом фирмы); что предлагает фирма, и в чем ценность ее услуг; чем фирма отличается от других консультантов.

К положительным аспектам деятельности юридической фирмы можно отнести: высокую репутацию; широкий спектр предоставляемых услуг; гибкую ценовую политику; профессионализм команды специалистов; конфиденциальность информации; опыт работы на рынке юридических услуг; качество и оперативность обслуживания клиентов; индивидуальный подход к проблемам клиентов; честность, порядочность и добросовестность, как основу доверительных отношений с клиентом и т.д.

Кафедра «Технология и организация коммерческой деятельности»