

**БАЗОВЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СТАНДАРТА
ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ
ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Поспелова Е.В., Коновалов В.В.

В статье раскрыты базовые содержательные элементы, которые должны найти свое отражение в стандарте, ориентирующем участников партнерских Интернет-программ на предоставление пользователям высококачественных информационно-коммуникационных услуг. При этом особое внимание уделяется средствам контроля за деятельностью сайтов участников партнерских программ; ответственности администрации сайтов партнеров за проводимые мероприятия; корректности интерпретации положений стандарта.

Ключевые слова: качество, услуга, головная организации, партнерство, взаимодействие, стандарт, разработка.

UDC 006.015.5

**BASIC SUBSTANTIVE ELEMENTS OF QUALITY PROVISION
STANDARD FOR INTERACTION OF PARTNER PROGRAMS
PARTICIPANTS AND CUSTOMERS**

Pospelova E.V., Kononov V.V.

The article reveals the basic substantive elements that should be reflected in the standard orienting participants of affiliate online programs towards providing users with high quality information and communication services. Special attention is paid to the means control over the sites participating in partner programs, responsibility for the actions and measures of administration of partner sites, accuracy of the interpretation of the standard.

Keywords: quality, service, parent organization, partnership, interaction, standard, development.

В качестве основы для разработки стандарта взаимодействия потребителей и сайтов участников партнерских программ, предоставляющих информационно-коммуникационные услуги, по нашему мнению, необходимо обратить пристальное внимание на ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг» («Model for quality assurance servis»). Данное обстоятельство обу-

словлено тем, что отмеченный стандарт, во-первых, определяет общие принципы процесса обеспечения качества предоставляемых услуг гражданам, во-вторых – выделяемые принципы носят универсальный характер и соответствуют международным стандартам. В целом разрабатываемый стандарт должен быть соотнесен с договором, заключаемым головной организацией, использующей такой маркетинговый инструмент как партнерские Интернет-программы, с партнером на оказание услуг по привлечению потребителей, и быть его неотъемлемым элементом в качестве приложения. Для разрабатываемого стандарта предлагается следующее наименование: «Обеспечение качества взаимодействия участников партнерских программ и потребителей». В результате разработанный и принятый к использованию стандарт будет являться основой системы управления качеством взаимодействия.

ГОСТ Р 50691-94 является действующим с 01.01.1995 года, по этой причине понятие «услуга», под которой в данном стандарте понимается взаимодействие исполнителя и потребителя, а также собственная деятельность исполнителя по удовлетворению потребности потребителя, а также ряд других терминов требуют соответствующей корректировки.

Качество – совокупность свойств, признаков продукции, товаров, услуг, работ, труда, обуславливающих их способность удовлетворять потребности и запросы людей, соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям [1].

Качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [2].

Качество предоставления услуг – совокупность характеристик процесса предоставления услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Система качества – совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством.

Электронный лицевой счет – электронный файл в автоматизированной системе расчетов оператора, содержащий информацию об условной сумме.

Для целей договора о возмездном предоставлении услуг следует использовать такой термин, как «Сайт оператора» (ресурс оператора в сети интернет по адресу <http://...>) и «сайт Партнера (Исполнителя)» (ресурс исполнителя в сети интернет по адресу <http://...>) с указанием точного актуализированного адреса. В широком смысле под сайтом понимаются электронные файлы, размещенные в сети Интернет и объединенные в единое целое и имеющее общий адрес (URL) и имеющее своего владельца.

Согласно п. 2 ГОСТ Р 50691-94 рассматриваемый нами вид услуги может быть идентифицирован как нематериальный, поскольку в сущностном плане данная услуга заключается во всестороннем обеспечении исполнителем процесса поиска необходимой информации о продукте.

Далее целесообразно рассмотреть содержательные элементы стандарта.

1. Ответственность при оказании услуг. Первостепенная роль в деле повышения качества взаимодействия с клиентом отводится администратору сайта либо ведущему блога. Поскольку зачастую сайтом управляет один человек либо сверхмалая группа единомышленников (2-3 человека), то разрабатываемые требования должны соответствовать, с одной стороны, требованиям к качеству предоставляемых услуг, с другой – физическим возможностям обычного человека (участие в партнерских программах не является основным видом заработка граждан) и программным требованиям к наиболее распространенным на рынке программным продуктам. Иными словами, достижение максимального эффекта по проекту должно обеспечиваться с минимально возможными трудовыми затратами.

Перед партнерскими организациями в направлении повышения качества предоставления услуг должны стоять следующие основные задачи:

- непрерывное совершенствование;
- результативность оказываемой услуги по отношению к потребителю;

- эффективность услуги;
- постоянная работа с обращениями потребителей.

Отмеченные задачи должны быть закреплены в стандарте и осмыслены партнером, поскольку первоочередная ответственность за принимаемые решения и принятие на себя санкций в случае негативных последствий лежат исключительно на нем. Кроме того, по нашему мнению, следует отдельным пунктом договора либо приложения к нему выделить сферу деятельности партнера во избежание принятия на себя сверхзадач, т.е. создать так называемый «функциональный коридор». Также следует отметить целесообразность внесения в договор пункта об отказе его заключения в случае, если у соискателя отсутствует техническая возможность оказывать требуемые услуги или обеспечивать их оказание с необходимым уровнем качества.

Говоря о повышенном уровне ответственности, а именно, о ее коммуникационной составляющей, необходимо предусмотреть возможность направления пользователями жалоб и предложений по поводу обслуживания как в адрес администрации сайта партнера, так и головной организации, повышая тем самым значение самоконтроля. Также должны быть установлены нормативы по времени реакции на поступившие замечания и порядок их отработки. По нашему мнению, шаблоны с пошаговым описанием ответных действий также должны найти свое отражение в стандарте, но уже в качестве приложения.

2. Средства контроля. В данном случае первоочередное значение приобретает предоставляемые головной организацией программные возможности с описанием их практического применения и интерпретации полученных результатов (например, тепловые карты передвижения посетителей по страницам сайта (карта ссылок), маршруты перемещения по страницам сайта (карта путей), география посетителей и т.д.). Отечественная ИТ-компания Яндекс (Yandex) безвозмездно предлагает такой инструмент как карта ссылок, его целевым предназначением является фиксация единиц переходов сделанных по ссылкам расположенным на странице сайта. Ссылки имеют

цветовое оформление, при котором наиболее часто используемые ссылки отображаются яркими теплыми цветами, редко используемые – холодными цветами по аналогии с метеорологической картой температур. Следует заметить, что использование данного инструмента возможно лишь на страницах, где прописан его HTML-код. Особенностью карты, предлагаемой Yandex, является то, что для ее корректного использования в браузере Internet Explorer требуется версия выше 7.0. На карте путей отображаются перемещения, осуществляемые пользователями по странице сайта. Выделяются источники переходов: рекламные, прямые, внешние, внутренние, поисковые и т.д. Они, в свою очередь, разделяются цветом [3]. Географическое положение посетителя сайта фиксируется по IP-адресу его компьютера. Отчет по данному параметру представляет собой перечень регионов, откуда были осуществлены переходы на сайт, ранжированные по количеству обращений. Также отображается среднее количество просмотренных страниц (глубина просмотра) и среднее время, затраченное на изучение сайта.

По нашему мнению, во избежание смыслового загромождения стандарта перечисленные методы не должны быть в полном объеме представлены, достаточно упоминание о них и ссылки на соответствующее приложение либо специализированный документ. В качестве независимого контроля возможно проведение выборочной проверки головной организацией сайтов партнеров либо определение критических параметров, по достижении которых в автоматическом режиме будет выставляться акцентирующий маркер.

В целях развития у партнеров приверженности к соблюдению правил следует выделить контрольные точки для проведения мероприятий по анализу функционирования сайта. По нашему мнению такие точки должны иметь календарную привязку к периодам предоставления отчетов о проделанной работе, например, один раз в квартал. В конечном итоге полученные данные могут стать подтверждением правильности проводимых мероприятий либо лечь в основу дальнейшего совершенствования сайта, повышения уровня эффективности его функционирования.

3. Интерпретация положений стандарта. Как отмечалось выше, стандарт должен быть в наличии у каждого участника партнерской программы как в печатной (в виде обязательного приложения к договору), так и в электронной форме. Безусловно, каждый сайт является уникальным продуктом, отражающим неповторимую индивидуальность его создателя. По этой причине уровень жесткости предъявляемых требований к участникам партнерских программ должен быть умеренным, дабы не подавить регламентацией наработанные процессы и не приуменьшить значение имеющегося опыта, который являются основным интеллектуальным достоянием и конкурентным преимуществом сайта. Следовательно, стандарты должны рационально интерпретироваться без потери качественных элементов в вопросах построения взаимоотношений с потребителем, в ходе предоставления соответствующих услуг. По нашему мнению, к данному пункту стандарта необходимо добавить рекомендации администраторам сайта со следующими предложениями:

- изложить в письменной форме свое видение и конкретные действия по повышению качества функционирования сайта;
- ранжировать выделенные мероприятия по степени их значимости; продумать порядок применения процедур описанных в стандарте и приложениях к нему;
- рассмотреть имеющиеся программные приложения имеющиеся на сайте головной организации и сформировать соответствующий пакет.

По нашему мнению, в договоре следует выделить следующие положения: информация о дополнительных услугах и сервисах, программных обновлениях, оптимизационных решениях размещается головной организацией в сети интернет на своем сайте; в информации, размещенной на сайте, указывается номер доступа (код программы) к дополнительному сервису. Отмеченные положения позволят осознать администрацией сайта свои пожелания по развитию данного направления.

Рассматривая информацию, влияющую на качество обслуживания пользователя и взаимодействия с ним в целом, необходимо учитывать сле-

дующие параметры: ожидание соответствия реальной стоимости необходимого продукта к заявленной; качество процедуры поиска продукта и оформление заказа не должно формировать в сознании потребителя искаженное представление о конечной стоимости заказа; комплекс ключевых параметров оформления заказа и поиска необходимого продукта; предоставление возможности открытого высказывания замечаний и предложений по вопросам повышения качества предоставления услуг (администрации сайта партнера и ведущей организации), в т.ч. опросные блоки по ключевым вопросам взаимодействия; программная и техническая исправность средств коммуникации, минимальные требования к ним (наличие действующего адреса электронной почты); возможность оценки потребителем качества отдельных параметров взаимодействия; по возможности анализ информационного обеспечения всего цикла оформления заказа.

4. Отдельным пунктом следует выделить блок программно-технического обеспечения процесса взаимодействия. Как отмечалось выше, используемые партнером программные решения должны соответствовать решаемым задачам. Программные продукты должны быть способны обрабатывать объемы каскадов данных (предлагаемой к реализации продукции), предлагаемые головной организацией в формате XML. Иными словами, взяв на себя завышенные обязательства по предоставлению информации и привлечению потребителей по обширному спектру продукции, возможности используемых программ могут не соответствовать возлагаемым на них нагрузкам и затруднять либо делать невозможным использование сайта в своих целях. Следует отметить, что наличие программных средств не определяет полноценность использования заложенных в них параметров, поскольку находится в зависимости от уровня компетенции ее пользователей. Данные аспекты можно отнести и к техническим средствам. Их возможности должны соответствовать требованиям устанавливаемых программ. Кроме того, необходимо помнить о комплексном характере решаемых задач, к которым следует также отнести: обеспечение двусторонней связи; логическое построение

используемых информационных страниц и т.д. По этой причине головной организацией должны быть разработаны предложения и рекомендации по комбинированию возможностей наиболее распространенных программ и объемами распространяемых торговых линеек. По нашему мнению, одним из перспективных направлений работы с участниками партнерских программ должно стать анонсирование наиболее перспективных, доступных, надежных программ, которые прошли тестирование либо экспертизу в самой головной организации. Администрация сайта партнера должна осуществлять обязательное тестирование вновь загруженных списков продукции и на регулярной основе проводить тестирование уже функционирующих таблиц, не дожидаясь поступления замечаний от потребителей либо головной организации. В случае возникновения затруднения с установкой либо эксплуатацией таблиц следует немедленно обращаться в службу поддержки для оперативного разрешения проблемы. В случае уникальности возникшей ситуации головной организации следует провести его регистрацию и провести работу по ее разрешению.

Одним из направлений повышения уровня взаимодействия между партнером и головной организацией может быть закрепление за посетителем сайта партнера идентификационного номера (в соответствии с его Куком (Cookie) – созданный веб-сервером фрагмент текстовой информации, хранимый на компьютере пользователя, которую сервер передает браузеру), это вызвано тем, что потребители не всегда используют возможности прямого перехода по имеющемуся на сайте партнера ссылкам.

5. Управление процессами. Процесс взаимодействия участников партнерских программ с потребителями должен быть управляемым, по этой причине необходимо соблюдение следующих условий: наличие и использование полного пакета рабочих документов (которые, по нашему мнению, должны быть сведены в портативную программу «мастер работы»); наличие документации по работе используемых на сайте программных и технических средств. Проверку качества услуги и процесса ее предоставления следует

проводить на соответствие обязательным требованиям нормативных документов, параметрам технического описания и технологии исполнения услуги. В ходе контроля качества следует подготавливать и использовать данные по этапам обслуживания, проверкам качества, жалобам и рекламациям потребителя, результатам социологического опроса. Необходимо определить контрольные точки основных этапов процесса предоставления услуги, которые подлежат проверке и контролю, и методы-контроля (проверки) в зависимости от вида услуги, организационной структуры предприятия, важности характеристики и сложности контроля (проверки) на данном этапе. В случае выявления отклонений необходимо принять меры по их ликвидации и корректировке процессов, где они были обнаружены. Для проведения данных мероприятий следует установить рационально сокращенные временные рамки. Хронология проведения контрольных мероприятий и их результаты должны заноситься головной организацией в личное дело (историю) сайта партнера. Положительные результаты проверок являются доказательной базой для признания соответствия предоставляемых услуг стандартам качества. Следует отметить, что некоторые параметры процесса взаимодействия потребителями партнера могут не поддаваться измерению, например, морально-психологическое, физическое состояние потребителя в результате взаимодействия, для данных параметров следует использовать косвенные методы оценки.

В целях поддержания на постоянно высоком уровне, вне зависимости от приближающихся точек контроля, качества предоставляемых услуг необходимо на регулярной основе осуществлять самоконтроль, предоставлять возможность потребителю оставлять свои замечания по качеству предоставляемых услуг, которые имеют приоритетное значение при оценке собственной деятельности, самостоятельно инициировать и проводить мероприятия по оценке удовлетворенности клиентов, проводить сопоставление оценок потребителей и собственных. Отмеченные нами мероприятия целесообразно

гармонизировать с выполняемыми повседневными процессами, что не вызовет повышения интенсивности и сложности работ.

Следует подвергнуть регулярному анализу источники информации о качестве предоставляемых услуг. К данным источникам можно отнести: результаты опросов; жалобы и предложения потребителей; поступающие предметные рекомендации от ведущей организации; информация в блогах. Анализ собранной информации предоставляет возможность для: корректного установления требований к услуге и условиям обслуживания, а также их отражение в документации; разрешения вопросов, связанных с расхождением требований, заложенных в систему, с требованиями потребителей; создание положительного морально-психологического состояния команды (администрации сайта), основывающееся на подтверждении своей способности выполнить требования потребителя.

По нашему мнению, в ведущей организации должны быть разработаны мероприятия, направленные на выявление партнеров, предоставляющих услуги ненадлежащего качества. Должно быть определено подразделение (лицо), несущее ответственность за проведение анализа и необходимых действий по фактам предоставления услуг ненадлежащего качества. В сущностном плане ее работа должна заключаться в проверке порядка предоставления услуги, подвергшейся корректирующему воздействию. Порядок проведения корректирующих воздействий: регистрация отклонений; анализ причин несоответствий, вплоть до первопричины, для определения необходимого уровня изменений; проведение профилактических действий для решения проблемы; корректирующее воздействие; контроль за мерами корректирующего воздействия; оценка эффективности последствий.

По возможности на сайте партнера должны сохраняться личные данные потребителя, а также перечень продуктов, детально им изучаемых в ходе осуществления поиска. В данном случае ключевыми показателями будут время, проведенное на странице, и тематика страниц, определяемая по ключевым словам.

6. Регистрация данных о качестве. Администрация сайта партнера должна устанавливать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры сбора, заполнения, хранения, ведения и изъятия зарегистрированных данных о качестве (рекламаций, жалоб, результатов технического контроля) услуги, данных о проверке, при необходимости, знаний собственных сотрудников и др. Регистрацию данных о качестве следует проводить для подтверждения достижения требуемого качества – услуг и эффективности действия системы качества. Все зарегистрированные данные о качестве должны быть легко читаемы и относиться только к определенной услуге.

7. Сроки хранения зарегистрированных данных. По нашему мнению, все данные должны архивироваться и иметь установленный срок хранения.

8. Подготовка кадров. Сервисная организация должна разрабатывать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры определения потребностей и проведения обучения всего персонала, ответственного за работы, влияющие на качество. Персонал, ответственный за эту работу, должен иметь соответствующую квалификацию (подтвержденную аттестатом, тестированием), знания и опыт, отвечающие установленным требованиям. Данные об обучении следует регистрировать.

9. Статистические методы. В случае необходимости сервисная организация должна разрабатывать процедуры, обеспечивающие выбор статических методов, необходимых при сборе данных и их применении в процессе контроля (проверки) качества, при отработке технологического процесса, анализе дефектов, прогнозировании спроса и требований потребителя, обработке результатов социологического обследования по удовлетворенности потребителей качеством услуг и условий обслуживания.

По нашему мнению, корректной реализации заложенных в стандарте положений будут способствовать дополнительные пункты договора, относящиеся к правам и обязанностям заказчика и исполнителя:

- головная организация вправе проводить рекламные акции по условиям, на которых потребитель в период ее проведения способен приобретать

товар по специализированным (заниженным) ценам, что будет отражаться в начислении исполнителю;

- заказчик-оператор обязан предоставить исполнителю в пользование на период действия договора уникальные коды идентификации, соблюдать сроки и порядок устранения неисправностей, препятствующих оформлению пользователем заказа либо поиску необходимой информации;

- заказчик вправе в случае изменения конкурентной ситуации на товарном рынке изменять тарифы, условия, сроки договора, для улучшения обслуживания обращения в информационно-справочные службы заказчика могут записываться оператором с использованием технических средств для последующего анализа;

- исполнитель обязан не использовать коды доступа для мероприятий, приводящих к нарушению работоспособности оборудования и средств коммуникации и ущерб заказчику или третьим лицам;

- исполнитель имеет право требовать необходимую и достоверную информацию о заказчике, режиме его работы и наборе оказываемых оператором услуг;

- к дополнительным условиям целесообразно отнести следующее: предоставляемая исполнителю связь с базами данных заказчика в силу конструктивных и технических особенностей линий интернет сообщения зависит от качества оборудования операторов местных проводных телефонных линий, которое находится вне компетенции оператора.

Также следует учитывать ограничения, указанные еще в ГОСТ Р 1.5-92 ГСС РФ «Общие требования к построению, изложению, оформлению и содержанию стандартов», в именно пункт 4.1.8. В стандарте не допускается:

- применять обороты разговорной речи, техницизмы и профессионализмы;

- применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные

слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;

- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами, а также в данном стандарте [4].

Комплексный учет высказанных положений при разработке стандарта взаимодействия потребителей и участников партнерских программ, предоставляющих информационно-коммуникационные услуги, позволяет соблюсти целевую установку стандарта (ориентация на непрерывное повышение качества предоставления услуг), сделать его положения действенными. В целом же стандарт позволит повысить качество предоставления услуг участниками партнерских программ, что окажет положительное влияние не только на реализацию продукции головной организацией, увеличит уровень приверженности пользователей, но и повысит уровень его конкурентоспособности как на внутреннем, так и внешнем рынке.

Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 495 с.
2. ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг».
3. Yandex.ru
4. ГОСТ Р 1.5-92 ГСС РФ. «Общие требования к построению, изложению, оформлению и содержанию стандартов».