

Смирнова Л.В. Совершенствование понятийного аппарата качества социально-информационных услуг [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2012. – № 3(7). Режим доступа http://iea.gostinfo.ru/files/2012_03/2012_03_10.pdf

УДК 006.32

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА КАЧЕСТВА СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

Смирнова Л.В., доцент кафедры «Общественные финансы и кредитование» ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления», соискатель ФГУП «Российский научно-технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия», г. Москва

В статье раскрыта сущность понятия «социально-информационная услуга» как экономической категории. На базе понятийного аппарата ГОСТ ISO 9000-2011 обоснована авторская трактовка понятий «качество социально информационных услуг» и «качество взаимодействия в системе социально-информационного обеспечения населения»

Ключевые слова: взаимодействие, качество, система социально-информационного обеспечения населения, социально-информационная услуга, услуга.

UDC 006.32

MODERNIZATION OF NOTION APPARATUS OF THE QUALITY OF SOCIAL AND INFORMATION SERVICES

Smirnova L.V., docent at «Public Finance and Credit» Department of FBGOU VPO «State University of Management», applicant at FSUE «Russian Science and Technology Center for Information on Standardization, Metrology and Conformity assessment»

The article reveals the essence of the notion of «social and information service» as an economic category. Authors definition of the notions «quality of social and information services» and «quality of interaction in a system of social and information provision of population» is substantiated on the basis of GOST ISO 9000-2011 notion apparatus.

Keywords: interaction, quality, system of social and information provision of population, social and information service, service.

Под социально-информационной услугой следует понимать не имеющий, как правило, материально-вещественной формы и формируемый в конкретных условиях окружающей среды результат деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя, имеющей целью изменение качества физического состояния человека или отдельных его психобиофункциональных систем, его образовательно-культурного уровня, а также принадлежащих ему нематериальных активов и ценностей, предполагающей наличие в процессе ее оказания взаимодействия между исполнителем и потребителем (например, здравоохранение, образование, культура и т.д.). Именно в рамках предоставления социально-информационных услуг осуществляется социально-информационное обеспечение населения.

Субъектами предоставления услуги являются потребитель и исполнитель, при этом в качестве потребителя социально-информационной услуги выступает домохозяйство, а в качестве исполнителя – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, которое в соответствии с действующим законодательством имеет право оказывать данные услуги.

Взаимодействие – организация между субъектами социально-информационной услуги информационных потоков, посредством которых осуществляется передача информации, а также осуществления иных трансакций, которые в комплексе имеют целью повышение качества деятельности исполнителя по оказанию услуги.

Объектом социально-информационной услуги, в соответствии с матричным подходом К. Лавлока [1], следует считать: 1) физическое состояние человека или отдельных его психобиофункциональных систем; 2) образовательно-культурный уровень человека (его сознание); 3) нематериальные активы и ценности, принадлежащие человеку и в повышении качества которых он заинтересован.

Важнейшей характеристикой социально-информационных услуг является их качество. В мировой и отечественной практике

основополагающим документом, лежащим в основе всего понятийного аппарата в области качества, является ГОСТ ISO 9000-2011, который являются завершающим звеном в цепи эволюции стандартов понятийного аппарата качества, чье обобщение на международном уровне было начато еще в середине 1980-х годов на базе английского стандарта BS 5750, предложенного Британским институтом стандартов (BSI).

Данный стандарт определяет термин требование (requirement) как «потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным. Слова «обычно предполагается» означают, что это общепринятая практика организации, ее потребителей и других заинтересованных сторон, когда предполагаются рассматриваемые потребности или ожидания. Для обозначения конкретного вида требования могут применяться определяющие слова, например, такие как требование к продукции, требование к системе качества, требование потребителя».

По мнению автора, под ожиданием следует понимать осознанную потребность. Таким образом, требования заинтересованных сторон по степени осознания можно разделить на осознанные и латентные, а по обязательности – на императивные (некоторые требования к качеству со стороны государства, которые в одностороннем порядке предписываются всем сторонам хозяйственной сделки, в т.ч. и сделки по предоставлению социально-информационной услуги) и диспозитивные (т.е. определяемые заинтересованными сторонами в процессе заключения сделки).

Задача практического управления качеством требует установления взаимосвязи между базовыми требованиями к качеству и конкретными количественными критериями, определяющими степень достижения требований к качеству. Согласно Г.В.Ф. Гегелю, категории качества и количества диалектически взаимосвязаны, и эта взаимосвязь описывается с помощью введения специальной категории «мера».

«Специфическое определенное количество является внутренне противоречивым. Как определенное количество оно есть безразличная

граница и способно, не изменяя качества, «подниматься к большему и опускаться к меньшему».

Но как мера оно «перестало быть такой границей, которая не есть граница; отныне оно определение вещи, так что, если увеличить или уменьшить эту вещь за пределы этого определенного количества, она погибнет».

Итак, «все наличное сущее имеет некоторую меру. Всякое наличное бытие обладает величиной, и эта величина принадлежит к самой природе нечто; она составляет его определенную природу и его внутри-себя-бытие. Нечто не безразлично к этой величине, не остается тем, что оно есть, если изменяется эта величина, а изменение последней изменяет его качество» [2].

Таким образом, исходя из терминологии стандарта ГОСТ ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования», под качеством услуги следует понимать диалектическую совокупность характеристик объекта услуги, позволяющую оценивать степень удовлетворенности установленных или предполагаемых потребностей потребителя как результата деятельности исполнителя, предусматривающего наличие в процессе ее оказания взаимодействия между исполнителем и потребителем.

В отечественной и зарубежной практике были попытки определить качество отдельных видов социально-информационных услуг. Например, применительно к медицинским услугам предлагались определения термина «качество медицинской услуги», сформулированных через соответствие комплексу требований к качественно оказанной медицинской услуге. Так, по мнению Ф. Котляра можно выделить десять главных составляющих для оценки качества медицинской услуги: 1) уровень доступности; 2) общественное мнение (репутация); 3) понимание индивидуальных нужд пациента; 4) уверенность пациента в надежности; 5) уверенность пациента в безопасности (уровень риска); 6) профессионализм медицинского персонала; 7) степень коммуникации (объяснение сущности услуг пациенту); 8) тактичность, вежливость, обходительность медицинского персонала; 9)

возможность предоставить медицинскую услугу быстро и качественно; 10) интерьер помещения, вид персонала, санитарная обстановка, внешнее оформление.

В.В. Шляпников, в свою очередь, определяет параметры качества медицинской услуги следующим образом: 1) презентация (предоставление возможности увидеть обеспеченность современной техникой, оборудованием, аппаратурой; оценить персонал, а также наличие и привлекательность сведений об услугах клиники); 2) надежность (соблюдение клиникой обещанных сроков); 3) отзывчивость (искреннее стремление персонала и руководства клиники предоставить пациенту качественное и быстрое обслуживание); 4) убежденность (ответственность, компетентность и уверенность персонала клиники); 5) сочувствие (вежливость, выражение заботы, индивидуальный подход к пациентам).

Р. Максвелл предложил оценивать качество медицинских услуг по шести параметрам: 1) доступность предоставляемых услуг; 2) справедливость; 3) соответствие общинным потребностям; 4) приемлемость в социальном плане; 5) эффективность; 6) экономичность и действенность.

Другие авторы пытаются выделить субъективные и объективные аспекты качества медицинских услуг, причем в зависимости от объекта и предмета исследования количество параметров медицинской услуги в их работах варьируется в весьма широком диапазоне.

Таким образом, можно сделать обоснованный вывод о том, что спектр возможных показателей (характеристик) качества той или иной услуги зависит как от ее специфики, так и от целей исследования и может варьироваться в весьма широких пределах.

Вместе с тем, по мнению автора, вышерассмотренные попытки, при их несомненной практической значимости, фрагментарно описывают лишь отдельные аспекты качества социально-информационных услуг. Необходимо на базе системного рассмотрения понятия качества конкретизировать его применительно к социально-информационным услугам и их отдельным

видам. Кроме того, некоторые из них обладают определенной размытостью. Так, например, использование показателя доступности имеет определенные сложности, поскольку в зависимости от уровня располагаемых доходов доступность платных социально-информационных услуг различного качества весьма отличается.

По мнению автора, под качеством социально-информационных услуг следует понимать совокупность психофизических характеристик человека или отдельных его подсистем, показателей его культурно-образовательного уровня, а также характеристик принадлежащих ему нематериальных активов и ценностей, позволяющих оценивать степень удовлетворенности его установленных или предполагаемых потребностей потребителя как результата деятельности исполнителя, предусматривающего наличие в процессе ее оказания взаимодействия между исполнителем и потребителем.

При этом следует обратить внимание на то, что данное понятие призвано интегрировать как характеристики качества субъекта, оказывающего услугу, так и объекта оказываемой услуги.

Применительно к долгосрочной услуге предлагается использовать понятие «качество услуги на протяжении ее жизненного цикла», что подчеркивает комплексность понятия качества на различных стадиях оказания такой услуги.

Поскольку, как уже было отмечено выше, предоставление социально-информационных услуг осуществляется в рамках социально-информационного обеспечения населения, в контексте данного исследования важным представляется определение понятия «качество взаимодействия в системе социально-информационного обеспечения населения».

Исходя из сущности понятия «социально-информационная услуга», взаимодействие – это организация между субъектами социально-информационной услуги информационных потоков, посредством которых осуществляется передача информации, а также осуществления иных

транзакций, которые в комплексе имеют целью повышение качества деятельности исполнителя по оказанию социально-информационной услуги.

Как уже было показано применительно к медицинским услугам, содержательный характер и спектр параметров качества социально-информационных услуг зависит от их вида и в общем случае достаточно широк, вследствие чего ценовой и временной диапазоны их предоставления варьируются в весьма широких пределах. В этой связи, поскольку субъекты социально-информационных услуг функционируют в рыночной среде и возможность получения конкретной услуги в конкретный момент времени и по конкретной цене зависит от соотношения спроса и предложения, то, по мнению автора, под качеством взаимодействия в системе социально-информационного обеспечения населения следует понимать степень соответствия потребностей в конкретной социально-информационной услуге возможностям ее получения или степени соответствия параметров необходимой для домохозяйства услуги параметрам выбранной домохозяйством услуги.

Данное определение наряду с определением сущности качества социально-информационной услуги является базовым для анализа современного состояния социально-информационных услуг в нашей стране.

Список использованных источников и литературы

1. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
2. Гегель Г.В.Ф. Наука логика: В 3-х т. Т.1. – М.: Мысль, 1970.

© Л.В. Смирнова, 2012