

Смирнова Л.В. Распространение лучших практик в области социально-информационного обеспечения населения [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2012. – № 6(10). Режим доступа [http://iea.gostinfo.ru/files/2012\\_06/2012\\_06\\_09.pdf](http://iea.gostinfo.ru/files/2012_06/2012_06_09.pdf)

УДК 006.32

## **РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЛУЧШИХ ПРАКТИК В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

**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», кандидат экономических наук, доцент, г. Москва

*В статье рассмотрены существующие методы распространения лучших практик в области социально-информационного обеспечения населения. Выявлена роль технических условий в формализации лучших практик. Обоснованы основные направления участия саморегулируемых организаций в стандартизации социально-информационного обеспечения населения.*

**Ключевые слова:** качество, социально-информационные услуги, стандарт, лучшие практики, технические условия.

UDC 006.32

## **DISSEMINATION OF BEST PRACTICES IN THE FIELD OF SOCIAL AND INFORMATIONAL SUPPORT OF THE POPULATION**

**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», candidate of economics sciences, docent, Moscow

*The article discusses the existing methods to disseminate best practices in the field of social and informational support of the population. The role of the technical conditions in the formalization of best practices. The basic directions of self-regulatory organizations participating in the standardization of social and informational support of the population.*

**Keywords:** quality, social and information services, standards, best practices, technical specifications.

Согласно действующему законодательству (Федеральный закон «О техническом регулировании, ФЗ ТР [1]) предусмотрены документы в области стандартизации, которые можно классифицировать по виду на стандарты и своды правил, а по субъекту принятия – на национальные, международные, региональные, иностранных государств. Кроме того, существует еще одна группа документов в области стандартизации, перечисленных в ст. 17 – стандарты организаций.

Однако в данной статье порядок разработки стандартов организаций не конкретизирован, кроме того, не проводится принципиального различия между стандартами *ad intra* – ориентированными для внутреннего пользования организации, и *ad extra* – для стандартизации информационного взаимодействия между организацией и контрагентами.

Можно выделить три основные области – стандарты качества самих услуг, стандарты на бизнес-процессы оказания услуг и стандарты, задающие требования к организациям, оказывающим услуги.

Стандарты качества бизнес-процессов в общем виде достаточно разработаны в мировой практике, в серии ИСО 9000. Компании могут разрабатывать собственные стандарты бизнес-процессов, ориентированные *ad intra*, т.е. для решения внутренних задач организации, но подобные стандарты обычно являются конфиденциальными за исключением случаев, когда требуется единообразие практик бизнес-партнеров в цепи создания ценности.

Стандарты качества услуг обычно проходят несколько этапов эволюции. На первом этапе конкурентная борьба вынуждает провайдеров услуг детализировать свои обязательства перед клиентом, например, в области информационных технологий подобные обязательства фиксируются в рамках соглашения QoS – Quality of service (качество обслуживания, включающее базовые параметры сети связи). В области услуг понятие их качества является более размытым, поэтому разные фирмы могут предлагать клиентам свои показатели качества, оформляя их как технические условия. Их важность

подчеркивает в своей работе Ю.Н. Берновский, описывая разницу между стандартами организаций и техническими условиями:

«Около 80% конкретной продукции в стране выпускается по ТУ, которые являются рабочим документом при заказах и поставках конкретной продукции конкретного изготовителя. Через ТУ реализуются (или не реализуются) требования технических регламентов и стандартов, потребителями осуществляется контроль поставленной продукции. От качества ТУ зависит качество продукции и ее безопасность для человека и окружающей среды.

Необходимо отметить, что Руководство ИСО/МЭК 2:2004 определяет документ технических условий как «документ, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять продукция, процесс или услуга» и дано пояснение, что документ технических условий может быть стандартом, частью стандарта или самостоятельным документом, то есть ТУ.

В фонде национальных стандартов имеется около половины государственных стандартов (ГОСТ) вида «Общие технические условия» и «Технические условия», а число ТУ составляет несколько сотен тысяч.

На основе определения понятия «стандарт» можно сделать следующие выводы относительно СТО:

- СТО разрабатывается не на основе консенсуса, он может ни с кем не согласовываться, что уже показала практика разработки СТО;
- СТО принимаются не признанным на соответствующем уровне органом, а руководителем конкретной организации (ООО, ОАО, ЗАО и т.д.);
- СТО не устанавливает для всеобщего многократного использования правила, общие принципы или характеристики, так как применяется только в рамках конкретной организации;
- СТО не обеспечивает оптимальной степени упорядочения в определенной области, так как имеет ограниченную область применения.

На основе определения понятия «стандарт» можно сделать следующие выводы относительно ТУ:

- ТУ принимаются на основе консенсуса, так как согласовываются с потребителем (заказчиком), а также с контрольно-надзорными органами (Ростехнадзором, Роспотребнадзором, Росатомнадзором и др.), при этом согласование снижает риск нанесения вреда потребителям;

- ТУ устанавливает требования к конкретной продукции и включает характеристики, которые применяются для всеобщего и многократного использования (бензины, краски, пищевые продукты и т.д. используют все; разные предприятия могут по одним ТУ много лет выпускать продукцию. Выпуск трубопроводной арматуры осуществляют разные изготовители по одним ТУ);

- ТУ способствует достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области, так как обеспечивают унификацию продукции, ее совместимость и взаимозаменяемость, т.е., основные цели стандартизации;

- ТУ обеспечивают реализацию требований стандартов к характеристикам продукции и методам испытаний (контроля, анализа), к ее транспортированию и хранению и т.д. и фактически являются межотраслевыми документами (изготовитель, потребитель, транспортировщик, хранитель, утилизатор)» [2].

В ходе рыночной конкуренции постепенно выявляются наиболее релевантные показатели, указание которых может явиться стандартом де-факто в отрасли. Например, применительно к услуге семейного обслуживания в адвокатской фирме (так называемое «адвокатское дежурство») может нормироваться такой показатель, как время прибытия представителя фирмы в случае возникновения проблемной ситуации (дорожно-транспортного происшествия, случая самообороны и т.д.).

Однако в случае, когда фирмы самостоятельно разрабатывают технические условия на свои услуги, остается большое пространство для введения потребителя в заблуждение – например, с помощью собственных трактовок и собственных методов измерения тех или иных параметров, поэтому потребитель услуг не сможет сравнивать предложения различных фирм ввиду разной

системы координат. Поэтому следующим шагом является объединение добросовестных провайдеров услуг в СРО с целью разработки единого стандарта качества услуг.

Важным направлением работы саморегулируемых организаций в сегменте социально-информационных услуг является разработка стандартов [3] и кодексов для действий профессиональных участников данной сферы.

Кодексы при добровольном саморегулировании могут составляться как на односторонней основе, так и с участием независимых третьих сторон. Однако привлечение независимых сторон (например, потребителей) при разработке нормативных документов СРО не обязательно означает, что указанные стороны обязательно будут в дальнейшем следить за его исполнением. На этапе составления и принятия поведенческого кодекса ключевую роль играют взаимоотношения между государством, отраслью и международными организациями. Разработка и одобрение кодекса по многим параметрам зависит от качества данного взаимодействия.

Виды стандарты поведения можно классифицировать следующим образом.

1. Односторонние стандарты (кодексы собственного поведения). В развитых странах данная практика является обычной. Компаниями в одностороннем порядке принимаются дополнительные обязательства в отношении ведения бизнеса, регулирования бизнес-процессов, выбора поставщиков, уровня охраны труда и т.д. Фактором мотивации для соблюдения правил данного кодекса в данном случае является репутация компании на рынке и, как следствие, моральный аспект расширенного действия товара. Односторонние кодексы действий утверждаются в деловых целях – чтобы продемонстрировать социальную ответственность фирмы, для усиления конкурентных преимуществ, получение доверия со стороны государства, контрагентов, потребителей. При этом, как правило, следование одностороннему кодексу действий компания активно рекламирует. Примеры использования внутренних односторонних правил поведения легко найти в любом развитом государстве.

К примерам таких кодексов можно отнести запрет на использование в цепях создания ценности поставок сырья из стран, охваченных гражданскими войнами, финансируемыми за счет этого сырья, отказ от сотрудничества с иностранными поставщиками, не выполняющими международные стандарты охраны труда, его оплаты и т.д., определенные стандарты на аудит качества своих бизнес-процессов и другие. Чаще всего данные кодексы применяются в сегментах, где компании борются за лояльность покупателей в целях обеспечения долгосрочной конкурентоспособности.

2. Стандарты действий в отношении покупателей. Этот вид саморегулирования также рассчитан на одностороннее добровольное принятие обязательств самой компанией. В этом случае компании стремятся охватить в кодексе все стороны своих взаимоотношений с клиентами. Стараясь в полной мере удовлетворять запросы потребителей, компании используют рекомендации самих потребителей по улучшению схем отношений с ними и могут брать на себя дополнительные обязательства, такие как:

- приведение к единому стандарту базовых аспектов взаимодействий с потребителями;
- жестко фиксированная схема штрафов за нарушение стандартов действий;
- независимый контроль за состоянием компании;
- предоставление доступной всем информации о фактическом состоянии компании.

Использование данных кодексов поведения позволяет компаниям повышать эффективность обратной связи потребителей с компанией, лучше удовлетворять актуальные требования клиентов к качеству предлагаемых товаров или услуг.

3. Кодексы, утвержденные с привлечением третьих сторон.

В современном бизнесе привлечение третьих сторон (потребительских ассоциаций, государственных организаций и др.) видится абсолютно необходимым при разработке правил поведения. Участие третьих лиц в создании

подобных кодексов позволяет соблюсти интересы всех участников, которых затрагивают положения кодексов. При создании стандартов поведения могут проводиться консультации и переговоры с представителями потребителей и государства. Представители данных групп в некоторых случаях участвуют не только в разработке правил, но и в контроле их исполнения.

В условиях России разработка и внедрение подобных кодексов чаще всего является прерогативой очень крупных компаний, зачастую являющихся фактически монополистами в своем сегменте (ОАО «РЖД», ОАО «Газпром» и т.д.). В качестве примера из области социально-информационных услуг можно привести разработанный АКОРТ поведенческий кодекс для сетей розничной торговли.

В случае большой социально-экономической значимости услуги на базе стандарта СРО могут быть последовательно разработаны и приняты рекомендации по стандартизации, предстандарт и стандарт. Наконец, в случаях наибольшей общественной значимости ссылка на полученный стандарт может быть включена в те или иные нормативно-правовые акты. Подобная конструкция обеспечивает гибкий баланс между императивным и диспозитивным регулированием: государство устанавливает законодательные требования, сообразуясь со сложившейся рыночной практикой, тем самым закрепляя ее и постепенно выводя с уровня «лучших практик» на уровень «минимально требуемых практик» [4].

Это обеспечит требования, заложенные в концепции Федерального закона «О техническом регулировании» - необходимость учета и формирования общественного мнения при проведении мероприятий, связанных с совершенствованием законодательства в области стандартизации. Существует две основные концепции функционирования СРО – концепция делегирования им полномочий государством и концепция инициативного регулирования.

Описанный механизм позволяет совместить лучшие черты обеих концепций, поскольку инициатива в объединении исходит от самих провайдеров

услуг, позволяя разработать наиболее релевантные с точки зрения субъектов рынка стандарты их качества, а государство может подкрепить своей санкцией их использование в наиболее важных случаях, например, при оказании услуг социально незащищенным слоям населения, или же применительно к базовым стандартам медицинской помощи.

#### Список использованных источников

1. Федеральный закон от 27.12.2002 г. «О техническом регулировании» № 184-ФЗ // СЗ РФ. –2002. – № 52. – Ч. 1. – Ст. 5140.
2. Берновский Ю.М. Технические условия должны быть узаконены // Стандарты и качество, 2009. – № 2.
3. Ломакин М.И., Докукин А.В. Стандартизация качества продукции с ориентацией на интеграцию // Российское предпринимательство, 2012. – № 1.
4. Докукин А.В., Ломакин М.И. Интеграция российских инновационных предприятий в мировую экономику на основе развития информационного обеспечения стандартизации // Российское предпринимательство, 2012. – № 2.

© Л.В. Смирнова, 2012