

Стандарты в сфере услуг как особая форма явных знаний

Стандарты как форма знаний

Знания являются существенным двигателем прогресса и развития эффективной экономики. Генерация инноваций является необходимым, но не единственным условием экономического прогресса – как на уровне отдельной фирмы, так и тем более на макроэкономическом уровне. Только широкое распространение знаний – новых технологий и практик – поддерживает инновации в национальном масштабе. Корпоративные, национальная и международные системы стандартизации представляют один из ключевых способов распространения знаний – различных «ноу-хау», технологий и практик.

Для уточнения роли стандартизации в распространении знаний обратимся к релевантным определениям. Федеральный закон «О техническом регулировании» определяет стандарт как «документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования, производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг». Стандартизация при этом представляет собой деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг.

Один из моментов, отмеченных российским законодательством и разработчиками международных стандартов – это многократность применения стандартов, что говорит о том, что стандарты представляют собой особую форму знаний.

Стандартизация также предполагает создание систем классификации и кодирования технико-экономической информации и систем каталогизации продукции, работ и услуг, а классификация представляет собой также одну из форм знаний.

Общая концепция стандартизации предполагает следующие принципы: консенсус, открытость и прозрачность. Однако стандартизации на уровне предприятия предполагает реализацию этих принципов только в рамках предприятия.

Предметом стандартизации могут быть продукты, процесс, услуги и охватывать материалы, компоненты, системы, интерфейсы, протоколы, процедуры, функции, методы и действия.

Существует ряд тенденций, которые объясняют растущую значимость стандартов особенно в секторе услуг. В первую очередь это структурные

изменения в экономике и обществе – растущая значимость сектора услуг, выражающаяся в росте удельной доли услуг в ВВП. Так же это выражается в большей занятости населения в сфере услуг, большем количестве фирм, увеличении доли услуг в международной торговле.

Базируясь на асимметрии между значимостью сектора услуг и относительно медленным развитием инструментов управления знаниями в этом секторе, в частности с помощью стандартизации, можно сделать вывод о высокой значимости вопроса. В связи с этим существует потребность оценки текущего состояния, подходов и практик сохранения знаний в форме стандартов.

Для того, чтобы определить, какие знания, в т.ч. в виде стандартов, актуальны для пользователей, т.е. в первую очередь поставщиков и потребителей услуг, следует выделить некоторые особенности услуг. В первую очередь услуги характеризуются тесным взаимодействием между производством и потреблением, что как следствие выражается в том, что услуги в физическом выражении не существуют и их нельзя хранить.

В виду большого разнообразию исходных состояний до начала оказания услуги и потенциальных результатов услуги качество услуги подвержено непостоянству. Потребители услуг могут давать разную исходную информацию и различные материальные объекты (например, при ремонте). Также могут сильно различаться их предпочтения в отношении результата. Высокая вариативность факторов также усиливается информационной насыщенностью и нефизической природой отдельных услуг.

Сложность и изменчивость задачи поставки услуг, как правило, требует значительных человеческих ресурсов. В итоге качество услуги сильно зависит от работы персонала.

Взаимоотношения с потребителями в сфере услуг являются одним из существенных моментов – от желания потребителя кооперироваться с поставщиком сильно зависит будущее качество результата услуги.

Стандарты же являются способом установить правила игры и сигнализировать о качестве потенциальному потребителю.

По результатам опросов компаний, проведенных исследователями Института Фраунгофера системных и инновационных исследований в 2002г., компании считают стандартизацию существенным фактором успеха на рынке, но гораздо менее значимым по сравнению с такими параметрами как «качество сервиса» и «отношение с клиентами». Однако тот же опрос показал, что стандартизация рассматривается как сильный позитивный фактор, воздействующих как раз на «качество сервиса» и «отношение с клиентами». Таким образом, можно сделать вывод о том, знания, и в т.ч. в форме стандартов, приносят экономическую пользу опосредовано.

Обзор стандартов и их типология

Состояние дел в отношении стандартов в сфере услуг можно оценить путем анализа релевантной литературы и баз данных. Следует ожидать, что структура имеющихся фондов стандартов отражает предпочтения участников сферы услуг в отношении объектов знаний.

Информация о российских стандартах представлена в обобщенном виде в базах правовой и нормативно-технической документации – в частности в продуктах компаний Консультант-Плюс, Гарант, Кодекс. Наиболее полные источники информации о зарубежных стандартах – это базы данных PERINORM, а также онлайн база ИСО.

Экспресс анализ данных источников показал, что можно выделить два совершенно разных класса стандартов:

- стандарты, классифицирующие услуги и выделяющие их отдельные виды;
- стандарты, описывающие требования, термины, методики и т.п. для конкретного вида.

Первая группа стандартов в России представлена классификаторами – в частности это ОКДП (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг), ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности) и ОКУН (Общероссийский классификатор услуг населению). К сожалению, следует отметить, что российские государственные классификаторы используются больше для нужд сбора статистической информации с предприятий, а не для оптимизации процессов управления, а также накопления знаний об услугах.

За рубежом для первой группы стандартов существует специальная аббревиатура - PSCS (Product and Services Categorization Standards – стандарты по категоризации продуктов и услуг).

В зарубежной практике также существуют международные, общеевропейские и национальные классификаторы товаров и услуг, представленные в виде укрупненных таксономий, созданных для таможенных целей и исследования статистики экономики. Достаточно детальная таксономия товаров и услуг представлена в стандарте UNSPSC. При этом следует отметить наличие развитых стандартов классификации, практически представляющих собой дискриптивные языки для продуктов и услуг. Наиболее известные стандарты – это e-Class, eOTD или RosettaNet Technical Directory. Большинство PSCS поддерживают Справочники для свойств, где для каждого свойства есть список рекомендуемых значений.

Во второй группе стандартов описываются различные компоненты услуги как объекты стандартизации. В частности, в таких стандартах представлены нормы на терминологию, коммерческие предложения, контракты, методы измерений, профессионализм сервисной организации,

характеристики услуги, производительность, подготовку персонала, результат услуг, взаимодействие с потребителем, безопасность и т.п. Различные аспекты услуги подаются стандартизации в большей или меньшей мере. Так, например, кодекс этики поведения с потребителем может быть менее формализован стандартами, чем технологические процедуры.

В российской нормативной базе можно выделить относительно небольшое количество стандартов по услугам. Значительная доля стандартов представлена в отношении услуг, где потребителями выступают физические лица для домашних и личных нужд – т.е. подпадающие под действие ФЗ «О защите прав потребителей».

Исследователями института Фраунгофера из 15 000 стандартов в Европейском союзе было выявлено менее 1000 стандартов в сфере услуг. Из отдельных секторов экономики услуг в большей степени стандартизованы банковская сфера и транспорт.

Следует отметить тенденцию развития стандартов в сфере государственных услуг – как в за рубежом, так и в России.

В отношении каждого объекта стандартизации документы положения стандартов можно разбить на следующие группы по их назначению:

- устанавливающие терминологию – т.е. семантическую связь между объектами предметной области и представлениями, зафиксированными в языке;
- определяющие требования к составу и структуре объектов, и соотношениям между ними
- определяющие количественные характеристики (минимальные значения, максимальные значения, диапазоны, соотношения и т.п.)
- устанавливающие процедуры и методы измерения.

Компоненты услуги как объекты стандартизации

Тематика стандартов касательно отдельных услуг определяется составом компонентов услуги, которые предстают в качестве объектов стандартизации. Выбор компонент в значительной мере определяется целями стандарта. Так, если стандарт ставит целью защитить потребителя – тогда больше внимания будет уделено качеству результата услуги и качеству обслуживания, гарантийным обязательствам, правилам удовлетворения претензий и т.п. Если стандарт ставит целью оптимизировать процессы оказания услуги внутри сервисной организации – тогда больше внимания будет уделено внутренним процедурам, регламентам, технологиям, спецификациям ресурсов – персонала, оборудования, материалов.

В методике разработки стандартов государственных услуг предлагается следующее видение модели качества и доступности услуги:

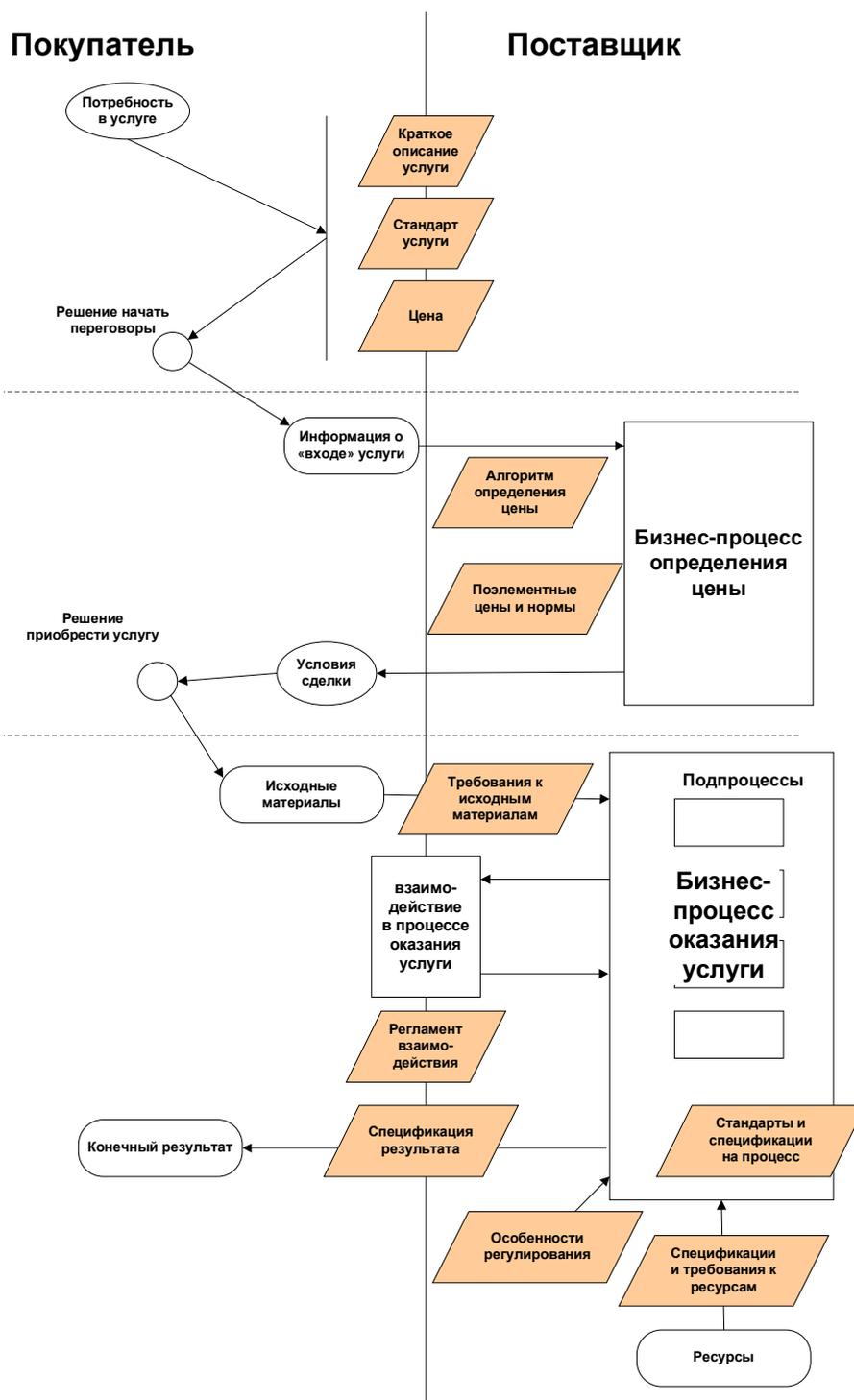


Эмоциональные потребности

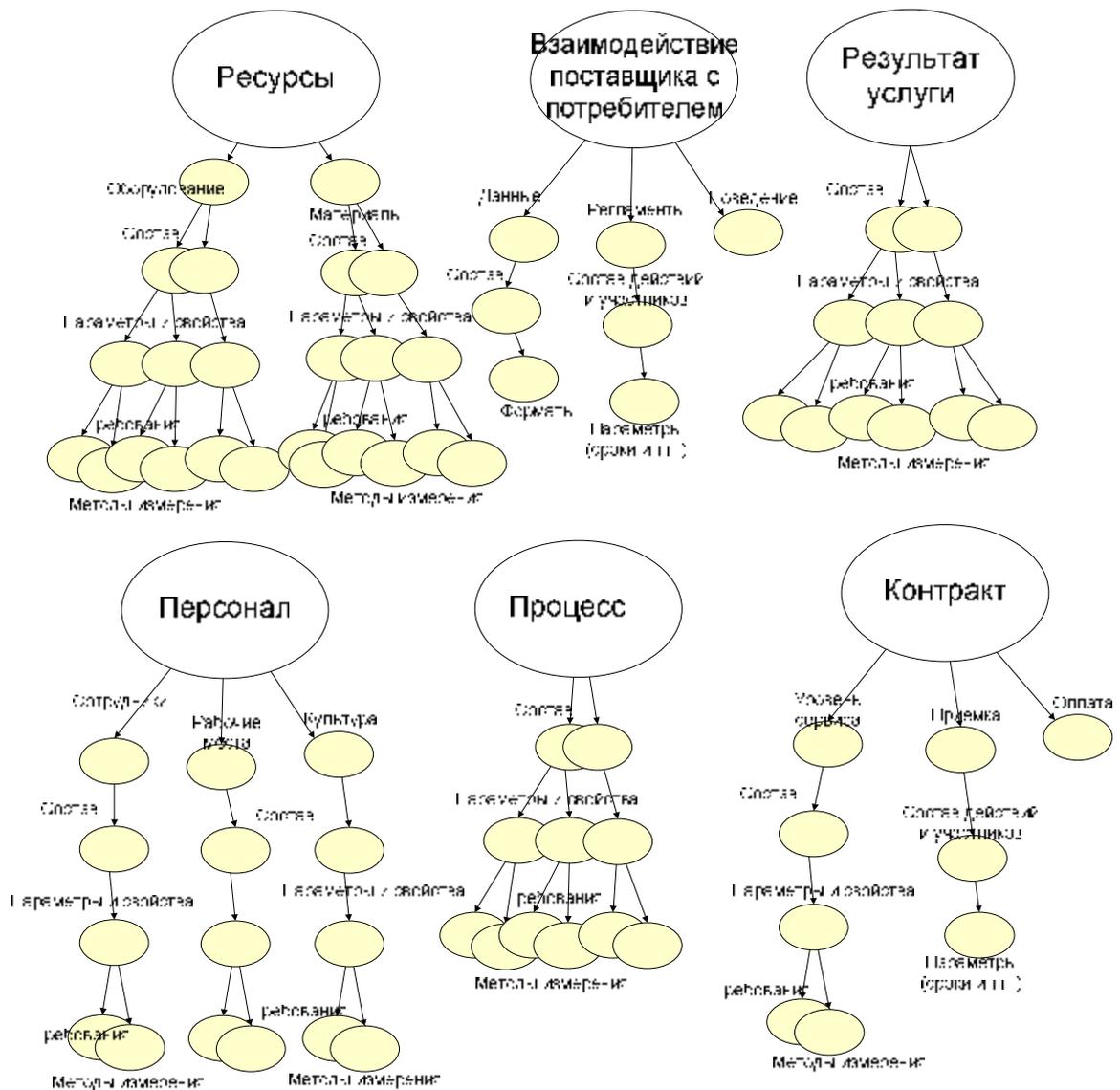
Рисунок 1 Структура элементов и характеристик качества услуги (с точки зрения потребителя)

Структура качества услуги рассмотрена исходя из деления гипотетических потребностей клиента на три группы: функциональные, информационные и эмоциональные. Подэлементы первого уровня в указанных группах могут выступать в качестве аспектов стандартизации.

Альтернативный подход к выявлению объектов стандартизации заключается в рассмотрении этапов оказания услуги и выявления блоков знаний, которые повторяющимся образом используются участниками процесса:



Наиболее существенные объекты стандартизации можно обобщить в тематические группы. Как правило, группа распадается на отдельные объекты стандартизации. Для каждого объекта может быть установлен набор свойств, характеристик и параметров. В отношении параметров могут быть установлены нормативные или рекомендуемые значения, а также методики измерения значений параметров.



Также в стандартах могут присутствовать описания, касающиеся компонент, на которые не может распространяться стандартизация. Например, правовые основания, нормативное регулирование, категории получателей услуги. Однако с целью сохранения и формализации знаний указанные компоненты могут входить в стандарт.

Факторы развития стандартов как формы знаний

Польза от стандартов заключается в том, что они увеличивают продуктивность поставщиков услуг, снижают транзакционные издержки для потенциальных покупателей и в целом увеличивают совокупную добавленную стоимость на макроуровне за счет интенсификации конкуренции.

Увеличение продуктивности поставщиков услуг происходит за счет следующих факторов - стандарты способствуют продвижению и быстрому

распространению знаний и лучших практик, тем самым, улучшая качество внутренних процессов и уменьшая трение между различными фазами оказания услуги. За счет того, что действие стандарта распространяется на многократно повторяющиеся ситуации, происходит экономия на масштабе. Более того, по аналогии, как системный подход требует, чтобы продукт был не вещью самой по себе, а компонентой в системе, стандарты обеспечивают взаимозаменяемость услуг, предлагаемых различными поставщиками. Благодаря стандартизации услуги могут предлагаться в комплектах не только одним поставщиком, но их консорциумом.

Снижение транзакционных издержек для потенциальных покупателей обеспечивается путем идентификации стандартизированных критериев, по которым могут быть оценены поставщики услуг, и выявления лучших практик оказания услуг. В результате потребители и регуляторы могут оказывать давление на поставщиков с целью обеспечения качества услуг. Потребители обретают уверенность за счет прозрачности и качества и увеличивают свою переговорную силу за счет ссылок на стандарты.

В итоге стандарты позволяют конкуренции сосредоточиться на эффективности предоставления стандартных компонент услуги и развитию дополнительных компонент услуг – что в целом стимулирует качество услуг, производительность, безопасность и интенсифицирует ценовую конкуренцию. Это приводит к росту совокупной добавленной стоимости на макро-уровне.

При этом следует отметить, что слишком строгое следование стандартам таит опасности: снижается разнообразие услуг и их качеств, ограничивается быстрое приспособление к предпочтениям потребителей и партнеров, поскольку процесс пересмотра стандартов занимает определенное время. Слишком ранняя стандартизация области, особенно в быстро развивающемся секторе, может исключить альтернативные линии развития, которые могут оказаться гораздо более инновационными и эффективными.

Для того, чтобы оценить механизмы динамического развития стандартов как области знаний следует обратиться к факторам, обуславливающим стимулы и ограничения формирования новых стандартов или обновления имеющихся.

Дополнительные факторы спроса на стандарты, помимо упомянутых выше выгод, включают следующее:

- чем более инновационным и динамическим является сектор, тем выше потребность, как в создании новых стандартов, так и обновлении имеющихся;
- чем больше количество участников, т.е. поставщиков и потребителей, сегмента, тем выше потребность на стандарты, обеспечивающие взаимодействие, в т.ч. потребителей с поставщиками – иначе говоря, чем больше взаимодействий, подлежащих регулированию, тем больше потребность в стандартах;

- секторы бизнес-услуг более нуждаются в стандартизации т.к. компании более формально подходят к выбору поставщика и оценке качества;
- в секторе услуг для населения, население нуждается в том, чтобы характеристики услуг были для него понятны и прозрачны.

В зависимости от специфики услуги отдельные аспекты могут требовать большего внимания при стандартизации. Например, рабочие места в парикмахерских или процессы бэкофиса при оказании бухгалтерских услуг. Также, например, если мощности по оказанию услуг нужно планировать заранее – тогда возникает потребность в стандартах по планированию работ и организации очередей.

Со стороны предложения на «рынке» стандартов существуют определенные ограничения:

- чем новее знание (отсутствуют аналоги) – тем сложнее его создать, обобщая и ища закономерности в исходной информации
- чем выше издержки согласования – тем сложнее создать стандарт, чем больше участников процесса создания документа, тем выше вероятность провала
- кодификация имеющихся знаний тем сложнее, чем больше в нем элементов и чем лучше внедрены сквозные справочники

Также следует отметить, что на динамику базы стандартов оказывают влияние стимулы и ограничения, специфичные для отдельных типов участников – поставщиков, потребителей, государства. Например, стандарты дают конкурентное преимущество тем поставщикам, которые их используют перед теми, кто не использует. При этом наличие доступных стандартов позволяет конкурентам легче понять особенности нового сектора рынка и войти на него. Это представляет собой частный случай проблемы «безбилетника» по отношению к знаниями, содержащимся в открытых стандартах.

С другой стороны проблема «безбилетника» в отношении знаний относительно условна, т.к. знание является достоянием общества и его распространение направлено прогресса, развития экономики и рост благосостояния населения.

Литература:

1. Грибов В. Д. Бизнес в сфере услуг. - М.: Изд-во МЭГУ, 1994.
2. Жильцов Е. Н. Основы хозяйственного механизма в сфере услуг. - М.:Изд-во МГУ, 1995.
3. Иванов Н. Н. Менеджмент в сфере услуг. Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.
4. Blind, K. Standards in the service sectors. An explorative study. Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Karlsruhe: ISI, 2003

5. Федеральный закон РФ от 27.12.2002 N 184-ФЗ "О техническом регулировании"
6. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» в ред. от 09.01.1996N2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ
7. Общероссийский классификатор стандартов ОК 001-93, Госстандарт России, 1993 г.