

А.Ю. МХИТАРЯН

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ
МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ**

МХИТАРЯН А.Ю.

Совершенствование системы менеджмента качества

организации: монография / А.Ю. Мхитарян. – М.: Издательский центр «Интерэккомс», 2015. – 241 с.,

Монография посвящена современным тенденциям в развитии менеджмента качества, принципам, требованиям к системе менеджмента качества, требованиям к проведению внешнего и внутреннего аудита системы менеджмента качества, оценки результативности системы менеджмента качества в организации.

В монографии автором предложен комплексный подход к совершенствованию системы менеджмента качества, разработан организационно-методический аспект совершенствования системы оценки менеджмента качества.

Монография подготовлена на основе исследования деятельности организаций высокотехнологичной отрасли связи и информационных технологий. Проведенное автором исследование способствует решению важной народнохозяйственной задачи и повышению эффективности, конкурентоспособности организации, национальной экономики.

Монография может быть использована при подготовке студентов, аспирантов, слушателей по программам дополнительного профессионального образования, поведении работ по совершенствованию систем менеджмента организаций.

Об авторе

МХИТАРЯН Александр Юрьевич,

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник НИИ экономики связи и информатики «Интерэккомс» - консультационной компании ООН по промышленному развитию.

В 2011 г. окончил аспирантуру Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Санкт-Петербургский государственный экономический университет по специальности 08.00.005 «Экономика и управление народным хозяйством (стандартизация и управление качеством продукции).

Москва 2015

©Мхитарян А.Ю., 2015

Содержание

Введение	5
Глава I. Особое место инфокоммуникаций в национальной экономике, аспекты управления и эволюция систем менеджмента качества	12
1.1. Особое место инфокоммуникаций в национальной экономике	12
1.2. Анализ эволюции систем менеджмента качества	23
Выводы	57
Глава II. Комплексный подход к совершенствованию системы менеджмента качества в инфокоммуникациях	60
2.1. Система менеджмента качества как основа успешной деятельности	60
2.2. Особенности функционирования системы менеджмента качества в инфокоммуникациях	66
2.3. Методика оценки удовлетворённости потребителей услуг инфокоммуникаций	79
Выводы	99
Глава III. Организационно-методические аспекты совершенствования системы оценки менеджмента качества в инфокоммуникациях	104
3.1. Внедрение и оценка системы менеджмента качества в инфокоммуникациях	104
3.2. Аспекты совершенствования технического регулирования в области оценки соответствия системы менеджмента качества	123
3.3. Организационно-методическое обеспечение функционирования системы сертификации для оценки систем менеджмента качества в инфокоммуникациях	143
3.4. Методологические принципы организации обязательной сертификации услуг	162
Выводы	192
Заключение	197
Библиографический список	206

Приложения	212
Приложение № 1. Сравнение основных концепций по управлению качеством	212
Приложение № 2. Эволюционное развитие отечественных систем управления качеством	213
Приложение № 3. Принципы менеджмента качества	214
Приложение № 4. Критерии качества	217
Приложение № 5. Исследование удовлетворённости потребителей компании N	218
Приложение № 6. Методика оценки удовлетворённости пользователей услугами связи	230

Введение

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Инфокоммуникационные технологии играют всё более важную роль в современной экономике. Понятие «инфокоммуникационные технологии» объединяет две составляющие: информационные технологии и телекоммуникационные технологии. Инфокоммуникации – это термин, означающий неразрывную связь информационных и телекоммуникационных элементов информационного обмена, которые развиваются в процессе конвергенции, то есть взаимного проникновения. Информационные и инфокоммуникационные технологии вместе составляют инфокоммуникационную инфраструктуру общества.

Внедрение инфокоммуникационных услуг оказывает всё большее влияния на развитие общества, экономику, определяет возможность реализации человеческого потенциала, использования национальных ресурсов. В связи с этим всё большее значение имеет качество услуг и успешность деятельности организаций отраслей телекоммуникационных и информационных технологий.

Основа успешной деятельности и качество предоставляемых услуг во многом определяется тем, насколько результативна в организациях система менеджмента качества (СМК). С одной стороны, результативная СМК обеспечивает предоставление качественных услуг, с другой стороны, содействует повышению конкурентоспособности организации на рынке. Результативность СМК зависит от многих факторов и в том числе от того, как оценивать СМК организаций.

Степень разработанности научной проблемы. На формирование современных представлений о принципах и методах обеспечения качества оказали серьезное воздействие труды и научные разработки таких ученых, как Д. Белл, Э. Деминг, К. Исикава, Т. Конти, Ф. Кросби, Г. Тагути, А. Файоль, А. Фейгенбаум, Дж. Харрингтона, У. Шухарт, Дж. Эванс и др.

Также теоретические исследования, затрагивающие вопросы менеджмента качества, управления народным хозяйством и отрасли связи, нашли отражение в работах ряда российских ученых. Среди них следует выделить исследования Адлера Ю.П., Асаула А.Н., Белобрагина В.Я., Бойцова В.В., Бойцова Б.В., Булгака В.Б., Войтоловского Н.В., Володина Е.Е., Гличева А.В., Голубицкой Е.А., Горбашко Е.А., Губина Н.М., Димиденко Д.С., Иванова В.Р., Ильенковой С.Д., Кане М.М., Карлика Е.М., Корешкова В.Н., Круглова М.Г., Кузовковой Т.А., Лapidуса В.А., Ларина В.М., Макарова В.В., Мишина В.М., Мхитаряна Ю.И., Огвоздина В.Ю., Окрепилова В.В., Оситис А.П., Петросяна Е.Р., Резниковой Н.П., Свиткина М.З., Семёнова С.Н., Тихвинского В.О., Фатхутдинова Р.А., Федуловой И.В., Харрингтона Дж., Шишкова Г.М. и других.

Вместе с тем, несмотря на наличие большого количества научных трудов, посвященных управлению качеством на основе создания СМК, недостаточно изученными являются методические аспекты применения общей теории управления качеством и практики реализации СМК в конкретных областях хозяйственной деятельности, к которым, в частности, относится управление качеством в инфокоммуникациях. Этим обуславливается выбор темы исследования.

Целью монографии является разработка теоретических и методических положений, практических рекомендаций по созданию результативных систем менеджмента качества в инфокоммуникациях, совершенствованию систем управления, повышению качества обслуживания населения, органов государственного управления, организаций, потребляющих услуги связи и информационных технологий.

Задачи монографии. В соответствии с основной целью в монографии поставлены для решения следующие задачи:

- определить особенности организаций связи, влияющие на повышение качества обслуживания, совершенствование системы менеджмента качества;

- предложить комплексный подход к совершенствованию систем менеджмента качества и повышению качества обслуживания потребителей связи;
- создать организационно-методические основы для возможности реализации комплексного подхода совершенствования систем менеджмента качества в инфокоммуникациях;
- разработать организационно-методические подходы к формированию систем контроля для организаций, работающих в отрасли связи;
- предложить подход к оценке результативности СМК в инфокоммуникациях;
- развить организационно-методические принципы оценки системы менеджмента качества в инфокоммуникациях;
- рассмотреть принципы организации обязательной сертификации услуг связи.

Решение поставленных задач окажет содействие в повышении конкурентоспособности организаций связи и организаций российской экономики.

Предметом исследования являются теоретические и методические проблемы повышения качества услуг, совершенствования систем менеджмента и способов их оценки в сфере инфокоммуникаций.

Объектом исследования выступают организации связи, предоставляющие инфокоммуникационные услуги.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды российских и зарубежных ученых, международные стандарты, статистические данные, нормативные документы, регламентирующие качество услуг.

При написании работы были применены общенаучные методы познания: системный подход, методы изучения экономической сущности

предмета исследования, обобщения и логического анализа, сравнительные методы и др.

Информационной базой исследования послужили собранные и проанализированные автором материалы деятельности организаций, нормативные акты, отечественные и зарубежные публикации, а также информационные ресурсы сети Интернет.

Научная новизна результатов исследования. Результатом данной работы являются разработка концептуальных подходов к совершенствованию СМК, теоретические и методические положения, выводы, а также практические рекомендации по совершенствованию СМК и оценки результативности СМК для организаций, работающих в инфокоммуникациях.

В монографии:

- обосновывается, что СМК в инфокоммуникациях должна занимать особое место в системе управления, и анализ социально-экономического развития отрасли не может быть полным без учёта применения СМК в организациях на инфокоммуникационном рынке;
- предложены принципы и подходы, ориентированные на применение международных стандартов ИСО 9000 для обеспечения функционирования и совершенствования СМК с целью обеспечения устойчивости и повышения конкурентоспособности организаций, работающих в инфокоммуникациях;
- проведён анализ причин неэффективного применения СМК, предложен классификатор проблем внедрения СМК и подход формирования систем менеджмента;
- показано место оценки удовлетворённости потребителей в системе управления организацией, разработана методика оценки удовлетворённости потребителей в инфокоммуникациях;

- предложен комплексный подход, позволяющий дифференцированно подходить к оценке СМК в инфокоммуникациях;
- обоснованы методологические принципы организации обязательной сертификации услуг связи.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии прикладных аспектов теории менеджмента качества применительно к организациям связи. Предложенные механизмы совершенствования, разработки и внедрения СМК могут быть использованы в организациях других отраслей экономики. Материалы и обобщения, содержащиеся в монографии, могут быть полезны для широкого круга руководителей отрасли связи, решающих проблемы обеспечения качества и управления.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемые рекомендации и методики СМК могут быть использованы практически любой организацией связи. Это обусловлено тем, что рассматриваемые в монографии организации имеют отраслевую направленность. Данная работа представляет методологическую базу для создания системы и совершенствования системы менеджмента качества.

Апробация результатов исследования. Материалы, рекомендации нашли своё отражение в отчётах НИИ экономики связи и информатики «Интерэком», используются в учебном процессе при преподавании дисциплин «Проведение внутренних аудитов системы менеджмента качества в организациях», «Совершенствование системы менеджмента качества (СМК)», «Сертификация системы менеджмента качества (СМК) в организации» в Образовательном учреждении «Международный институт качества бизнеса». Основные выводы монографии обсуждались на круглых столах «Опыт, проблемы функционирования и совершенствования СМК» и конференциях руководящего персонала и ведущих специалистов организаций инфокоммуникаций, проводимых Общественным движением «России – новое

качество роста». По теме монографии опубликовано 7 печатных работ общим объемом 8,67 п.л., в том числе вклад автора 8,35 п.л.

Структура монографии. Монография состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, приложений.

Во введении раскрыта актуальность темы исследования, поставлены его цель и задачи, определены научная новизна, предмет и объект исследования, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе «Особое место инфокоммуникаций в национальной экономике, аспекты управления и эволюция систем менеджмента качества» раскрывается роль организаций, предоставляющих услуги связи и информационных технологий в экономике страны, их значение для развития информационной экономики, информационного общества, анализируются их особенности.

Показывается значение системы менеджмента качества в повышении удовлетворённости пользователей, эффективности и конкурентоспособности организаций.

Во второй главе «Комплексный подход к совершенствованию систем менеджмента качества в инфокоммуникациях» рассматриваются концептуальные основы совершенствования систем менеджмента качества для повышения качества обслуживания услуг связи, информационных технологий, клиентоориентированности, конкурентоспособности компаний. Предлагаются методические подходы к повышению результативности и эффективности системы менеджмента качества.

В третьей главе «Организационно-методические аспекты совершенствования системы оценки менеджмента качества в инфокоммуникациях» предложен комплексный подход, позволяющий дифференцированно подходить к оценке системы менеджмента качества в инфокоммуникациях, показывается важность совершенствования аудита, принципов оценки системы менеджмента качества.

Вклад автора в проведение исследования. Теоретическое положение, выводы и практические рекомендации, содержащиеся в монографии, являются результатом собственного исследования автора.

Личный вклад автора заключается в следующем:

- показано возрастающее значение качества услуг связи и информационных технологий;
- определена закономерность возрастающей роли применения международного стандарта ИСО 9001;
- определены условия успешного внедрения СМК применительно к сегменту отраслей связи и информационных технологий;
- показана особенность организаций, предоставляющих услуги связи и информационных технологий;
- определены проблемы внедрения СМК в организациях, предоставляющих услуги связи и информационных технологий;
- показана важность реализации в модели управления клиентоориентированности, проведения систематического исследования удовлетворенности и лояльности клиентов;
- разработаны методика оценки удовлетворённости, позволяющая наиболее полно учесть особенность организаций, работающих на инфокоммуникационном рынке;
- предложена модель оценки СМК в инфокоммуникациях, позволяющая оценивать уровень развития, применения СМК.

Глава I. Особое место инфокоммуникаций в национальной экономике, аспекты управления и эволюция систем менеджмента качества

1.1. Особое место инфокоммуникаций в национальной экономике

Главная тенденция современной экономики – глобализация, переход от индустриальной экономики к информационной, создание информационного общества.

«Информационное общество» - одна из наиболее применяемых сегодня категорий, однако представление о нём сформировалась, в основном, в конце XX века на фоне процессов глобализации, развития услуг связи, в том числе интернета. Создание информационного общества приводит к повышению роста значения таких важных процессов в экономике, как: создание информации; хранение, переработка и перемещение информации [8, 56, 60, 65, 110].

Создание информационного общества, информационной экономики часто рассматривают как создание «новой экономики», выделяя, что именно знание становится основой производящей силой, обеспечивающей развитие общества.

В числе тенденций, характеризующих информационную экономику, можно выделить:

- переход к новой форме общественного производства в результате слияния достижений и технологических совершенствований в сфере электроники и коммуникации;
- движение к глобальной интеграции и разделению труда за счёт развития транснациональных компаний, что приводит к динамичному развитию современных отраслей, наукоёмких производств за счёт применения системы производства и сбыта общемирового уровня;

- превращения сегмента связи и информационных технологий в наиболее динамично развивающееся ядро экономики.

Суть информационного общества как следующего этапа человеческого развития было раскрыто в трудах Даниэля Белла [8], Элвина Тоффлера [90, 91] и Мануэля Кастельса [29].

Даниэль Белл выделил в своей работе три типа общества: доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное (информационное). Для первого характерно взаимодействие человека с природой – развитие сельского хозяйства и добывающей промышленности. Для второго типа – взаимодействие человека с машиной. Третий тип характеризуется развитием и ростом значения знаний, интеллектуальной технологии, информации [8, 12, 13, 14].

Элвин Тоффлер в своей работе «Третья волна» также выделил три стадии развития цивилизации: развитие сельского хозяйства (аграрная), промышленного производства (индустриальная), инфосферы (постиндустриальная). По Тоффлеру, волна – это рывок в науке и технике, который приводит к глубинным сдвигам в жизни общества. [9, 91] Для первой волны таким рывком стало внедрение сельского хозяйства, для второй – промышленный переворот. Волна «прокатывается» постепенно, одновременно на планете существуют все три стадии. Периоды между волнами постепенно сокращаются: тысячелетия для первой волны, 300 лет для второй. Третья волна, по оценке Тоффлера, полностью сменит вторую к 2025 году. [90].

По Кастельсу, информационное общество характеризуется информационным способом развития, обработки информации и коммуникации. Если индустриализация ориентирована на экономический рост, то информационный способ развития ориентирован на накопление знаний и их применение [29].

Мануэль Кастельс не без основания считал, что глобальная экономика – это экономика, способная работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты. В современном мире информационное

общество становится целью развития национальных экономик. Это получило своё закрепление в Декларации принципов по вопросам информационного общества [21], которые ориентируют на то, что каждый член социума сможет использовать и производить информацию, знания. Предполагается, что, развивая членов общества, каждая страна сможет перейти к устойчивому развитию, улучшению качества жизни, и в этом решающую роль должны сыграть информационно-коммуникационные технологии. Для каждой страны переход к «информационному обществу сопровождается характерными признаками» [29]:

- формирование единого информационно-коммуникационного пространства страны как части мирового информационного пространства, полноправное участие страны в процессах информационной и экономической интеграции регионов, стран и народов;
- становление в экономике новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании перспективных информационных технологий, средств вычислительной техники и телекоммуникаций, с последующим превращением их в доминирующие;
- превращение «знаний» в один из важнейших факторов производства в дополнение к природным ресурсам, труду и капиталу;
- создание и развитие информационного рынка, удовлетворение потребностей населения страны в информационных продуктах и услугах;
- возрастание роли информационно-коммуникационной инфраструктуры в системе общественного производства;
- повышение уровня образования, научно-технического и культурного развития за счёт расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и

региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик труда;

- создание эффективной системы обеспечения права граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как важнейшего условия демократического развития.

Применение информационно-коммуникационных технологий повышает эффективность как конкретного производства, организации, так и экономики в целом. При всей важности движения к информационному обществу новые технологии не обеспечивают развитие автоматически. Они реализуются только при последовательной, системной государственной политике по созданию эффективной, инновационной экономики.

В итоговой декларации совещания по информационному обществу в Бразилии в г. Флорианополисе (2000) чётко определено, что, если оставить информационному обществу, сфере знаний развиваться, полагаясь только на рыночные механизмы, – это неизбежно приведёт к росту социальной дифференциации внутри общества, усилит негативные аспекты глобализации, увеличит разрыв между развитыми и развивающимися странами [116].

Вероятность увеличения разрыва между странами содержит и возможность ускоренного развития развивающихся стран при проведении правильной экономической политики.

В экономике производство как источник богатства всё в большей степени заменяет сфера обслуживания. Типичный работник информационного общества занят не в сталелитейном цехе или на автомобильном предприятии, а в банке, в фирме программного обеспечения, в ресторане, в университете или в агентстве социального обслуживания. Роль информации и интеллекта, воплощенных как в людях, так и во всё более умных машинах, становится всеобъемлющей, а умственный труд всё в большей степени заменяет труд физический. Производство глобализуется по мере того, как дорожие

информационные технологии делают всё более лёгким распространение информации через национальные границы, а средства быстрой связи – телевидение, радио, факс и электронная почта – размывают границы культурных сообществ, устойчиво существовавшие в течение долгого времени [101].

Формирование единого информационно-коммуникативного пространства, возрастание роли информационно-консультационной инфраструктуры – это не просто доступность средств коммуникации, пропускная способность каналов связи, это надёжность и устойчивость связи. Как отмечают ведущие учёные в нашей стране, переход к информационному обществу непосредственно связан с ускоренным развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) во всём мире и в России [14, 40, 41].

Успешное развитие экономики, деятельности в различных сферах в решающей мере зависит от качества, надёжности, устойчивости сети связи, телекоммуникационных услуг, предоставляемых потребителю [75].

Телекоммуникационные услуги включают в себя широкий спектр современных услуг: услуги документальной, междугородной, международной, местной телефонной связи, проводного вещания, радиовещания, радиосвязи, телевидения, спутниковой связи, мобильной связи и т.д. Динамика оборота телекоммуникационных услуг в мире постоянно растёт и составляет ориентировочно 2% мирового валового продукта.

Материально-техническая основа информационного общества на территории Российской Федерации составляют: сеть связи общего пользования, выделенные сети связи, технологические сети связи, присоединённые к сети связи общего пользования, сети связи специального назначения и другие сети связи для передачи информации при помощи электромагнитных систем, которые в совокупности представляют единую сеть электросвязи РФ [97]. Совокупность средств связи, линий связи, сооружений связи, технических систем связи, технологий и организационных структур,

обеспечивающих информационное взаимодействие клиентов сети электросвязи, составляет инфраструктуру сети электросвязи [75, 84].

Российская информационно-телекоммуникационная инфраструктура стала важнейшим фактором подъёма национальной экономики благодаря реформам, которые позволили из некогда одной из самых отсталых отраслей российской экономики создать наиболее развивающуюся и востребованную. Опережающее развитие телекоммуникаций – необходимое условие для создания инфраструктуры бизнеса, привлечения бизнеса, развития современных информационных технологий [40, 45].

Существует зависимость общего уровня социально-экономического развития страны от уровня развития информационно-коммуникационных структур. Согласно результатам исследований Международного союза электросвязи (МСЭ), имеется тесная взаимосвязь между Индексом развития информационно-коммуникационных технологий (IDI) и объемом валового национального продукта (ВНП) на душу населения [76]. На рис. 1 показаны зависимости этих величин, опубликованные МСЭ.

Для определения состояния развития инфраструктуры используются показатели статистической отчетности и ключевые показатели развития ИКТ.

Для определения базового перечня показателей развития инфраструктуры связи, обеспечивающих потребности статистического наблюдения за отраслью, рассматриваются показатели форм статистической отчетности, используемые в документах Минкомсвязи РФ [113], однако, по оценке специалистов, показатели, представленные в существующих формах статистического наблюдения за деятельностью, осуществляемой в сфере связи, не отражают влияния новых технологий и услуг на развитие инфраструктуры связи [51].

Существуют достаточно высокие требования к организационно-техническому обеспечению устойчивого функционирования единой сети электросвязи Российской Федерации. Организационно-техническое обеспечение устойчивого функционирования единой сети электросвязи

представляет собой совокупность требований и мероприятий, направленных на ее поддержание [10, 69]:

- целостности сети связи как способности взаимодействия входящих в её состав сетей связи, при котором становится возможным установление соединения и (или) передача информации между пользователями;
- устойчивость сети связи как её способности сохранять свою целостность в условиях эксплуатации, установленных производителями средств связи. Способность при отказе части элементов сети связи из-за внешних дестабилизирующих воздействий природного и технического характера обеспечивать надёжность сети связи (живучесть) в установлении соединения и (или) передаче информации.



Рис. 1. Зависимость IDI от объемов ВНП на душу населения (исследование МСЭ)

Целостность сети связи обеспечивается:

- соответствием сети связи техническим нормам на показатели её функционирования;
- совместимостью протоколов взаимодействия (функциональной совместимостью) и совместимостью электрических и (или)

оптических интерфейсов (физической совместимостью) средств связи, в том числе пользовательского (оконечного) оборудования с узлом связи;

– единством измерений в сети связи.

Показатели функционирования сетей связи должны соответствовать техническим нормам, приведённым в таблицах 1-3. Нормы на показатели функционирования сетей связи используются при проектировании сети связи, строительстве и подлежат контролю со стороны оператора связи в процессе эксплуатации сети связи.

Таблица 1. Технические нормы на показатели функционирования телеграфной сети связи (включая сеть «Телекс»)

№ п/п	Наименование показателя	Норма (в час наибольшей нагрузки)
1	2	3
1.	Время отклика узла связи сети Телекс, (с)	не более 2
2.	Время установления соединения в сети Телекс, (с)	не более 20
3.	Время разъединения в сети Телекс, (с)	не более 4
4.	Потери вызовов (сеть Телекс), (%)	не более 2
5.	Вероятность искажения телеграфных сообщений по знакам	не более $2,5 \cdot 10^{-3}$

Примечание: вероятность превышения значений, указанных в строках «1-3», не должна превышать 0,05.

Таблица 2. Технические нормы на показатели функционирования сетей передачи данных

№ п/п	Наименование показателя	Тип передаваемого трафика				
		Интерактивный	Интерактивный при использовании спутниковой линии связи	Сигнальный	Потоковый	Трафик передачи данных, за исключением интерактивного, сигнального и потокового трафика
1	2	3	4	5	6	7
1.	Средняя задержка передачи пакетов информации, (мс)	не более 100	не более 400	не более 100	не более 400	не более 1000
2.	Отклонение от среднего значения задержки передачи пакетов информации, (мс)	не более 50	не более 50	-	не более 50	-
3.	Коэффициент потери пакетов информации	не более 10^{-3}	не более 10^{-3}	не более 10^{-3}	не более 10^{-3}	не более 10^{-3}

Примечание к Таблице 2: интерактивный трафик – тип трафика, для которого характерно непосредственное взаимодействие (диалог) пользователей услугой связи или пользовательского (оконечного) оборудования. Потоковый трафик – тип трафика, для которого характерен просмотр и (или) прослушивание информации по мере её поступления и пользовательское (оконечное) оборудование.

Таблица 3. Технические нормы на показатели функционирования сетей телефонной сети связи

№ п/п	Наименование показателя	Норма (в час наибольшей нагрузки)
1	2	3
1.	Доля несостоявшихся вызовов из-за технических неисправностей или перегрузки сети связи в общем количестве попыток вызовов (потери вызовов) при установлении соединений, (%): в сети местной телефонной связи, функционирующей в пределах территории поселения с численностью населения более 3000 человек; в сети местной телефонной связи, функционирующей в пределах территории поселения с численностью населения менее 3000 человек; в сети зонавой телефонной связи; в сети междугородной и международной телефонной связи; в сети подвижной связи; с узлом обеспечения вызова экстренных оперативных служб	не более 2 не более 3 не более 2 не более 2 не более 5 не более 0,1
2.	Время с начала передачи информации о занятии абонентской линии до момента получения пользовательским (оконечным) оборудованием от оконечного узла связи сети местной телефонной связи сигнала готовности к приему номера (время отклика узла связи), (с)	не более 2
3.	Время с момента, когда пользовательское (оконечное) оборудование вызывающего абонента или пользователя услугой связи передало всю информацию, необходимую для установления соединения, до момента, когда это оборудование получило от узла связи сигнал о состоянии пользовательского (оконечного) оборудования вызываемого абонента или пользователя услугой связи (время установления соединения), (с): в сети местной телефонной связи; в сети зонавой телефонной связи; в сети междугородной и международной телефонной связи	не более 6,6 не более 2,7 не более 5,4
4.	Время с момента получения пользовательским (оконечным) оборудованием вызываемого абонента или пользователя услугой связи от узла связи сети местной телефонной связи информации об ответе от пользовательского (оконечного) оборудования вызываемого абонента или пользователя услугой связи до момента установления соединения между пользовательским (оконечным) оборудованием вызывающего и вызываемого абонента или пользователя услугой связи (время выполнения соединения), (с): в сети местной телефонной связи; в сети зонавой телефонной связи; в сети междугородной и международной телефонной связи	не более 1,5 не более 1 не более 1
5.	Время с момента, когда пользовательское (оконечное) оборудование абонента или пользователя услугой связи начало передавать узлу связи сети местной телефонной связи информацию, необходимую для разъединения, до момента, когда это оборудование переходит в состояние готовности к установлению нового соединения (время разъединения), (с)	не более 1

Функциональная и физическая совместимость средств связи обеспечивается выполнением требований, устанавливаемых в правилах применения средств связи. О высоком уровне требований к организационно-

техническому обеспечению функционирования единой сети электросвязи Российской Федерации свидетельствует и такой факт, что копии документов о проведённой процедуре подтверждения соответствия средств связи, используемых в сети связи, установленными требованиями должны храниться оператором связи в течение всего срока эксплуатации этих средств связи [10, 40].

Единство измерений обеспечивается выполнением требований к точности измерений параметров функционирования средств связи, устанавливаемых в правилах применения средств связи и эксплуатационной документации производителей средств связи, а также применением проверенных (калиброванных) средств измерений.

Живучесть сети связи обеспечивается выполнением:

- 1) требований к построению сетей связи при их проектировании, строительстве;
- 2) мероприятий гражданской обороны, устанавливаемых законодательством Российской Федерации в области гражданской обороны.

Надёжность сети связи обеспечивается:

- 1) разработкой мер при проектировании, строительстве сети связи, направленных на выполнение требований к показателям надёжности этой связи;
- 2) соблюдением условий эксплуатации, установленных в правилах применения соответствующих средств связи и документации производителя;
- 3) выполнением требований к эксплуатации сетей связи в части технического обслуживания средств связи и линий связи;
- 4) выполнением требований к управлению сетями связи в части контроля показателей нагрузки и анализа технических неисправностей в сети связи для определения значений показателей

надёжности сети связи в процессе её эксплуатации (эксплуатационные значения показателей надёжности сети связи).

Расчётные значения показателей надёжности сети связи, определяемые при проектировании, строительстве сети связи, и эксплуатационные значения показателей надёжности сети связи должны соответствовать техническим нормам на показатели надёжности сетей связи (табл. 4).

Таблица 4. Технические нормы на показатели надёжности сетей связи

№ п/п	Тип сети электросвязи	Наименование показателя	Норма
1.	Сеть междугородной и международной телефонной связи	Коэффициент готовности (K_r)	не менее 0,999
2.	Сеть зоновой телефонной связи		не менее 0,9995
3.	Сеть местной телефонной связи		не менее 0,9999
4.	Телеграфная сеть связи и сеть Телекс		не менее 0,9999
5.	Сеть передачи данных		не менее 0,99

При выявлении несоответствия эксплуатационных значений показателей надёжности сети связи техническим нормам, приведённым в табл. 4, к настоящим требованиям, должны проводиться мероприятия, направленные на определение причин выявленного несоответствия и их устранения [33].

Вместе с теми мерами, которые применяются в повседневной практике для достижения целей, указанных действующим законодательством [97], важно также обратить внимание на то, что целостность и надёжность единой сети электросвязи обеспечивается системой менеджмента организаций участников рынка. От того, как менеджмент каждой организации решает эти вопросы при проектировании, строительстве, эксплуатации, зависят устойчивость, надёжность единой сети электросвязи Российской Федерации [43].

Если объём телекоммуникационных услуг в мировом ВВП оценивается примерно в 2%, то доля услуг телекоммуникаций и информационно-коммуникационных технологий, в которой присутствуют телекоммуникационные услуги, производство электронного оборудования,

вычислительной техники, программного обеспечения, в мировом ВВП занимает примерно 5,5%.

Однако влияние инфокоммуникационного сектора на экономику, общество несоизмеримо больше. Современные инфокоммуникационные услуги обеспечивают организационные, производственные, технологические процессы, создают принципиально новые возможности как в организации деятельности, так и в её результатах. Сектор инфокоммуникации услуг обеспечивает прогресс, интеллектуализацию деятельности человека, новые рабочие места.

Насколько успешно может функционировать инфокоммуникационный сектор экономики, определяется эффективностью менеджмента, институциональной средой, культурой управления.

1.2. Аспекты управления и эволюция систем менеджмента качества

Достигнуть нужных результатов в построении информационного общества можно на основе грамотно построенного управления. Поэтому в настоящее время актуальным становится повышение экономической эффективности организации и управления организациями, предоставляющими услуги связи и информационных технологий.

Управление важно рассматривать как «целенаправленное воздействие органов управления на объект управления, направленное на достижение поставленной цели» [20]. В случае с организациями связи и информационных технологий управление - это целенаправленное воздействие управляющих топ-менеджеров на внутренние бизнес-процессы, операционную деятельность и персонал организации таким образом, чтобы достичь финансовых успехов и удовлетворить потребности своих клиентов. При этом управление призвано решить следующие важные задачи:

- определять цели и задачи организации;
- составлять план выполнения работ организациям;
- принимать управленческие решения, ведущие к достижению цели;

- подбирать персонал и координировать его деятельность;
- осуществлять организацию, координацию, контроль и учет произведенной работы;
- проводить анализ результатов с целью совершенствования дальнейшей работы.

Значение и употребление понятий "управление" и "менеджмент" в современном мире близки по смыслу, но не однозначны. Так, понятие "управление" относится ко всем видам систем (техническим, биологическим, социально-экономическим и проч.). Современное понятие "менеджмент" распространяется лишь на социально-экономические системы, т.е. организации, обязательным элементом которых является человек и его целенаправленная деятельность [20]. Исходя из вышеизложенного, управление организацией в современных условиях получило название менеджмент.

В процессе эволюции, разделения труда управление стало выделяться из производства в отдельную функцию. Назначение и содержание выполнения управленческих работ принципиально отличается от производственной функции, связано это с развитием ряда факторов капитализма, в том числе отделением функций управления от функций собственника. Это привело к созданию профессионального менеджмента.

Управление реализуется через выполнение функций. Функции управления были исследованы многими учеными - от Анри Файоля [94, 96], Фредерика Тейлора [87], Честера Барнарда [7], Элтона Мэйо [122] до Джермена Гвишиани [15], Майкла Мескона [48], Тино Конти [34], Владимира Валентиновича Окрепилова [61-63] и Питера Друкера [24, 25] с начала XIX века и до настоящего времени. В основном они раскрываются через «общие функции управления»: планирование, организацию, руководство, мотивацию и контроль.

В процессе планирования устанавливаются цели, разрабатываются стратегии, планы организации. Организация предполагает определение структуры организации, организацию ресурсов, необходимых для достижения

поставленных целей, т.е. персонал, оборудование, создание условий для эффективной деятельности.

Руководство деятельностью по организации направлено на активизацию поведения, мотивацию персонала, выбор эффективных каналов коммуникаций, разрешение конфликтов между персоналом, как организационных, так и технологических.

Состав функций управления обеспечивает взаимосвязь элементов производства, однако функциональный подход к организации деятельности при рассмотрении его вне связи с производственной деятельностью может привести к снижению эффективности деятельности организации.

Таким образом, методология управления включает в себя функциональный и процессный подход, интегрированное применение которых обеспечивает совершенствование управления и эффективность деятельности организации.

Основоположниками научной школы управления по праву считаются Ф. Тейлор, А. Файоль [96] и др. Тейлор основным принципом управления считал умение точно знать, что предстоит сделать и как сделать это самым лучшим и экономичным образом. В настоящее время основным принципом управления для руководителя можно считать умение точно знать, что предстоит сделать, как сделать это лучшим, экономичным образом, и умение достигнуть, добиться этого своими знаниями, опытом, формируя и направляя интересы, мотивы поведения людей (персонала), проявляя предпринимательскую активность [87].

Методология управления формируется принципами управления, основными положениями, определяющими применение как отдельных методов, так и их совокупности и составом самих методов. Основные положения могут меняться в зависимости от объекта управления, деловой организации деятельности на рынке, целей управления.

Фредерик Тейлор в начале XIX века сформулировал четыре принципа управления, которые были наиболее результативны в применении для управления индивидуальным трудом рабочих:

- научный подход к выполнению каждого элемента работы;
- научный подход к подбору, обучению, тренировке рабочих;
- кооперация с рабочими;
- разделение ответственности за результаты между менеджерами и рабочими [87].

Анри Файоль [96], основатель классической школы администрирования, расширил понимание принципов управления и выделил четырнадцать принципов управления: разделение труда, полномочия и ответственность, дисциплина, единоначалие, единство направлений, подчиненность личных интересов общим, вознаграждение персонала, централизация, скалярная цепь (подчинение), порядок, справедливость, стабильность рабочего места для персонала, инициатива, корпоративный дух. Принципы управления, предложенные А. Файолем, отвечали потребностям промышленного развития в начале XX века при относительно сложном, с современной точки зрения, производстве [94, 96].

В середине XX века в методологии управления получили распространение системный подход, количественные методы к принятию управленческих решений, т.е. принципы системности количественной оценки, ситуационного подхода [25, 117].

В конце XX века эти принципы были дополнены новыми, такими как ориентация на качество продукции, удовлетворение потребителей, лояльность клиентов, организационная культура, инновации, коммуникации [16].

Методы управления – способы осуществления управленческой деятельности, принятые для достижения поставленных целей, составляют часть методологии управления, находятся в постоянном развитии и широко применяются в практической деятельности. В общенаучную методологию входят: системный и комплексный подход; моделирование; экономико-

математические и социальный методы; методы управления функциональными подсистемами организаций, выполнение функций управления; принятие управленческих решений; диагностика положения организации на рынке, возможностей организаций; выявление потребностей в новых продуктах, рынках сбыта; формирование системы управления персоналом; планирование организационной структуры; контроль [49].

Общепринятая методология управления широко применяется в практической деятельности по управлению организациями связи. Однако изменение внешней среды, экономики, развитие теории управления, экономической науки требуют последовательного совершенствования методологии управления организацией связи. Современная система взглядов на менеджмент стала результатом эволюционного развития. Теория и практика менеджмента на разных этапах по-разному подходили к управлению организацией [93].

В первой половине XX века организация рассматривалась как закрытая система, её характеристиками были стабильность целей, задач, условий осуществления деятельности. При этом главным фактором успешной деятельности и конкурентоспособности рассматривался рост масштабов производства, а главными задачами менеджмента - рациональная организация производства, рост производительности труда, эффективное использование ресурсов организации. Они рассматривались как главный источник роста прибавочной стоимости. Основой такой системы менеджмента были контроль всей деятельности, нормы, стандарты, правила, эффективное применение всех ресурсов.

Во второй половине XX века теория менеджмента стала ориентировать организации на небольшие емкости рынка, т.е. отход от массового удовлетворения потребностей, что увеличило число предпринимательских структур, привело к появлению большого количества малых и средних организаций.

Доминантой для систем менеджмента стали гибкость, адаптивность к изменениям внешней среды. В 1970-80-х годах система взглядов на менеджмент снова претерпела изменения – организации стали рассматриваться как открытая

система, как часть большой социально-экономической системы. Менеджмент стал ориентироваться на качество продукции, услуг, удовлетворённость, лояльность потребителей. В теории и практике менеджмента признание получили быстрота и адекватность реакции на изменения во внешней среде. Источником прибавочной стоимости стали рассматриваться персонал, обладающий знаниями, условия для реализации его потенциала [2, 47].

В 1990-х годах теории и практики менеджмента в качестве ключевого направления стали рассматривать побуждение к совместным действиям персонала, культуру труда, управления, формирование коммуникаций между персоналом, этику бизнеса.

Вышеприведенная этапность не должна противопоставляться друг другу, взаимоисключать направления менеджмента. В зависимости от конкретных задач, отраслей, регионов становятся востребованными определенные технологии менеджмента.

Организация связи - сложная социально-техническая система. Эффективное функционирование зависит от воздействия многочисленных рискованных факторов внешней и внутренней среды. В связи с воздействием множества факторов на эффективность, организации связи испытывают большую необходимость в рациональной организации производства и труда, в сложной и взаимосвязанной работе подразделений, служб, менеджеров, исполнителей в соответствии с научно-обоснованными принципами и методами управления.

Применение новых форм организации, таких как создание виртуальной организации, также связано с использованием услуг связи, информационных технологий, объединяющих группы организаций современными информационными системами с целью взаимного пользования ресурсами, что снижает издержки, расширяет возможность применения.

Исследованиями в области инфраструктуры, сферы услуг, услуг связи занимались многие ученые. Однако многие вопросы теоретического, методического и практического характера продолжают быть значимыми, интересными, требуют дополнительной проработки, поскольку раскрытие

особенностей услуг связи влияет на выбор факторов, обеспечивающих совершенствование управления, эффективность экономической деятельности организаций, предоставляющих услуги связи [18].

В современных условиях многие исследователи относят отрасль связи к производственной инфраструктуре, проводят анализ организаций связи как сервисных организаций, выделяя следующие особенности [56]:

- темпы развития национальной экономики непосредственно связаны с развитием услуг связи. Услуги связи призваны создавать благоприятные условия для эффективного развития национальной экономики. Развитие услуг связи способствует развитию региональных национальных экономик, так как создает условия для развития бизнеса;
- развитие услуг связи стало одним из условий развития тенденций глобализации экономики. Услуги связи обеспечили возможность организации производственных процессов в разных странах, на разных континентах, минуя государственные границы; создали условия для более активного развития не только материального производства, но и банковского номинала, финансовых рынков [41];
- услуги связи стали неотъемлемой частью производственных процессов во всех сегментах полноценной экономики: пассажирские ли это перевозки или организация металлургического организации, сельское ли хозяйство или система образования, здравоохранение или система обороны;
- услуги связи удовлетворяют потребности не только юридических, но и физических лиц, поэтому они должны предоставляться повсеместно, где проживает население;
- услуги связи являются частью региональной, национальной экономики, поэтому концепция развития услуг связи должна исходить из концепта экономического, социального развития региона страны и учитывать необходимость обеспечения эффективности деятельности

организации связи. Отставание в развитии связи отрицательно сказывается на социально-экономическом развитии региона. Эффективность функционирования организации связи непосредственно влияет на качественное состояние и эффективность региональной, национальной и мировой экономики;

- организация связи – поставщик услуг связи. Услуги потребляются в процессе производства и совпадают с процессами их предоставления. Брак, ошибка в процессе производства услуг доходят неминуемо до потребителя, исправить брак становится невозможно в отличие от продукции промышленного организации. Промышленная продукция поступает к потребителю в основном через торговую сеть, поэтому организация связи как сервисная организация включает в себя и функции торговой организации;
- организация связи как сервисная организация имеет большое количество контактов с клиентами, сложный характер взаимодействия с ними. Это требует соответствующей организационной деятельности, подготовки кадров, мотивации и контроля персонала. Если в промышленности и торговле контакты с клиентами осуществляет только персонал, ответственный за продажу готовой продукции, то в организациях связи с клиентами контактирует большое количество персонала;
- рынок, на котором работают организации связи, - конкурентный. Конкуренция требует от организаций связи постоянного повышения степени удовлетворённости клиентов. Возникает особая необходимость ориентации на клиента, стремление к повышению качества обслуживания;
- организационная структура организации связи должна учитывать вышеприведенные особенности для обеспечения эффективности своей деятельности на конкурентном рынке.

Рост значения качества услуг связи и информационно-коммуникационных услуг, а также особенности организаций, предоставляющих услуги связи и ИКТ, как сервисных организаций, повышают значение системы мер, направленных на обеспечение предоставления потребителям качественных услуг. Система управленческих мер, направленных на обеспечение потребителей качественными услугами, продуктами, получила название менеджмент качества.

Основой как общего менеджмента, так и менеджмента качества стала система Ф.У. Тейлора (1900-1920 гг.), который акцентировал внимание на важность контроля. Система Тейлора включала в себя понятие верхнего и нижнего пределов качества, позиционировала инспектора по качеству как независимую должность [87].

В дальнейшем появились другие научные школы, система взглядов на управление качеством эволюционировала по мере развития экономических отношений, роста конкуренции в экономике. В 1920-1950-е годы получили развитие статистические методы контроля (контрольные карты Уолтера Шухарта [124, 125], первые таблицы выборочного контроля Г.Ф. Доджа и Г.Г. Роминга [22, 118]), ориентированные на выборочный контроль качества.

Ведущими теоретиками в области качества признаны Ф. Кросби [119], Э. Деминг [22], Дж. Джуран [120]. Их основные концепции имели некоторые отличия по таким категориям, как: понятие качества, общий подход к управлению, статистический контроль процесса, рейтинговая оценка поставщиков, закупка и получение товара, база для повышения качества и мотивация (см. Приложение 1).

С середины 1960-х годов концепция управления качеством, ориентированная на контроль и отбраковку дефектной продукции, сменилась концепцией А. Фейгенбаума (Всеобщий контроль качества TQC) [99, 127], который предложил рассмотреть каждый этап создания изделия, а не только конечный результат. Это позволило не только констатировать факт брака, но и выявить причины его возникновения.

Было уточнено место контроля в обеспечении качества. Сам процесс обеспечения качества в виде замкнутого цикла предполагает следующее:

- анализ требований потребителей;
- анализ качества имеющейся на рынке аналогичной продукции;
- долгосрочное прогнозирование;
- планирование уровня качества;
- разработка стандартов;
- проектирование качества;
- контроль качества входных ресурсов;
- пооперационный контроль в производстве;
- приемочный контроль;
- контроль качества в сфере эксплуатации;
- анализ отзывов и рекламаций.

Новая концепция управления качеством внесла существенное изменение во внутрифирменное управление. Конкуренция на основе качества продукта стала одной из важнейших неценовых форм конкуренции. В связи с этим возросла роль управления стоимостью полного цикла создания продукта.

Система всестороннего управления качеством нашла отражение в цикле Эдвардса Деминга [22], который выделил следующие четыре этапа: планирование, выполнение (производство), проверка (контроль), действие (совершенствование продукции) (рис. 2).

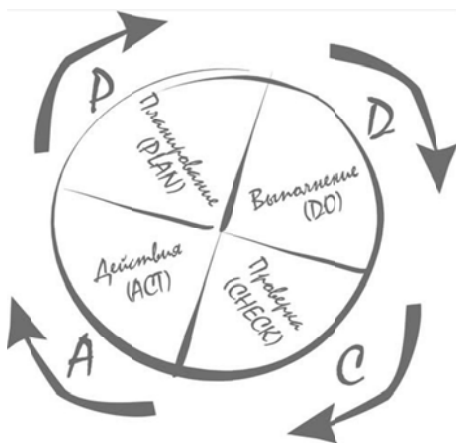


Рис. 2. Цикл Деминга

В 1950-1980 гг. исследователи обращают внимание на организационные вопросы обеспечения качества, формируются матричные организационно-управленческие структуры, формируется система инжиниринга качества (А. Фейнгенбаум, К. Исикава) [27].

Принципы всеобщего управления качеством и параллельно инжиниринга в 1960-е годы разработал А. Фейнгенбаум [99] В основе его концепции лежит рассмотрение управления качеством на всех фазах жизненного цикла товара. Формально автор описывал свой подход как результативную систему для объединения усилий по разработке, поддержанию и улучшению качества в различных группах организации так, чтобы сделать возможным маркетинг, инжиниринг, производство и обслуживание на наивысшем уровне. Понятие качества А. Фейнгенбаум связывал со стоимостью и затратами на качество, считая, что качество пропорционально затратам на качество.

Программа «нуль-дефектов» была предложена Ф. Кросби [119] в 1964 году. Им были сформулированы следующие четыре принципа качества:

1. Качество - это соответствие требованиям.
2. Основа системы качества - предупреждение дефектов.

3. Стандарт качества - нуль дефектов.

4. Мера качества - затраты, связанные с несоответствием требованиям.

В середине 1960-х годов всеобщий менеджмент качества (TQM) пришел на смену всеобщему управлению качеством (TQC), так как усиление конкуренции на мировом рынке потребовало повышения конкурентоспособности товаров и услуг. Если TQC - это управление качеством с целью выполнения определенных требований, то TQM - управление целями и самими требованиями к качеству.

Начало фазы активного формирования системы управления качеством относят к 1950-м годам. В развитие этой фазы существенный вклад внесли Э. Деминг [22], Д. Джуран [120], К. Исикава [27], А. Фейнгенбаум [99, 127], их концепции управления качеством объединены общей идеей, что основой качества продукции является качество труда и управления на всех уровнях. Место концепции недопущения брака к потребителю и концепции увеличения выхода годных изделий заняла концепция «нуль-дефектов».

Вклад Э. Деминга состоял в предложенной им программе менеджмента качества, в основе которой лежат следующие принципы [22]:

- задача совершенствования товара должна стать постоянной как цель конкурентоспособности фирмы;
- высшие управляющие должны усвоить новую философию качества и взять на себя управление качеством;
- устранение зависимости от массового контроля качества, который, по сути, равноценен включению брака в план и признанию несоответствия технологии требованиям качества;
- изменение подхода к выбору поставщика только на основе цены: целесообразно иметь одного поставщика для каждого ресурса;
- постоянное совершенствование системы производства;
- создание системы подготовки кадров на рабочих местах;
- система эффективного управления на основе лидерства руководителей;

- обеспечение возможности каждому работнику эффективно работать, высказывать свои предложения;
- разрушение барьеров между отделами;
- отказ от заданий рабочим по исключению брака, так как брак вызван неэффективностью системы управления;
- отказ от управления, ориентированного на количественные показатели;
- внедрение обширной программы повышения квалификации;
- обеспечение участия в программе преобразований каждого работника.

Кроме принципов успешного внедрения системы управления качеством

Э. Деминг выявил пять «смертных болезней» компаний [22]:

1. Планирование без учета требований развития, оптимизации производства и совершенствования производственного процесса.
2. Акцент на краткосрочные результаты.
3. Чрезмерная текучесть административных кадров, не позволяющая обеспечить преемственность управления.
4. Аттестация персонала, которая приписывает работникам различия, вызванные исключительно той системой, в которой они работают.
5. Управление только на основе количественных показателей.

Джозеф Джуран [120] разработал принцип «триады качества», включающей в себя три процесса: планирование, контроль, улучшение.

Планирование качества предусматривает установку цели в области качества, определение предпочтений потребителей, разработку продукта с соответствующими потребительскими свойствами, а также обеспечение процессов, обеспечивающих необходимое качество, выработку эффективных способов контроля качества.

Контроль качества предусматривает оценку результатов процессов, сравнение их с требуемыми параметрами, выработку мер по устранению отклонений.

Улучшение качества предполагает создание условий для поддержания постоянных улучшений, точное знание, что следует улучшать; рассматривая улучшение качества как проект, следует создать команду и обеспечить проект всеми необходимыми ресурсами.

Каору Исикава [27] разработал диаграмму «причина-следствие», позволяющую искать причины отклонений качества от требуемых параметров. К причинам К. Исикава относит:

- временные ограничения;
- энергетические ограничения;
- метрологическое обеспечение;
- машины и механизмы;
- материальное обеспечение;
- кадровое обеспечение;
- технология работ;
- внешняя среда.

В отечественной экономике этот этап развития теории управления качеством проявился в формировании комплексной системы управления качеством продукции, применяемой в различных сферах экономики, включая проектирование, строительство, промышленность, связь и т.д. Эволюционное развитие отечественных систем управления качеством прослежено в Приложении № 2.

Накоплен существенный отечественный опыт управления качеством продукции. В СССР велись фундаментальные исследования в области качества. В частности, был разработан ГОСТ 1.0-68 «Государственная система стандартизации. Основные положения» [19], в котором были определены основные принципы стандартизации. Целью являлось упорядочение деятельности в определенной области для достижения оптимизации экономики при соблюдении условий эксплуатации и требований безопасности. Государственный знак качества был утвержден в СССР в 1967 году для товаров народного потребления и производственно-технического

назначения, качество которых признавалось высоким. Право использования Государственного знака качества предоставлялось организации сроком на 2-3 года на основании результатов государственной аттестации качества выпускаемой продукции.

В 1970-е годы вышло постановление Правительства «О повышении роли стандартов в улучшении качества выпускаемой продукции». В 1985 г. был издан Справочник «Управление качеством продукции» [92]. Методические рекомендации Госстандарта СССР предусматривали оценку качества промышленной продукции по следующим группам показателей: показатели надежности; технические показатели; эксплуатационные показатели; эстетические показатели; эргономические показатели; уровень стандартизации и унификации продукции.

В экономике СССР внедрялись и экспериментально проверялись системы управления качеством в различных отраслях, в частности:

- Бездефектное управление продукцией - система ориентирована на строгое выполнение технологических операций;
- Система бездефектного труда - система ориентирована на высокий уровень выполнения операций всеми работниками;
- Комплексная система управления качеством продукции - система предусматривала управление качеством на базе стандартизации на протяжении всего жизненного цикла продукции;
- Комплексная система повышения эффективности производства - система ориентирована на согласование качественных характеристик продукции с затратами ресурсов.

Все перечисленные выше и аналогичные им системы, внедряемые в отечественной практике, имели в своей основе хорошие идеи, но были малореализуемыми в силу низкой мотивации самих коллективов.

В условиях глобализации экономики важнейшим элементом системы управления качеством становится соблюдение международных стандартов, содержащих базовые принципы, следуя которым можно достичь

максимальных результатов и сделать продукцию конкурентоспособной на мировом рынке.

Первым международным стандартом, разработанным в Праге в 1929 г., был стандарт ISA (International Association of Standardization). Затем в 1946 г., образуется Международная организация по стандартизации (The International Organization of Standardization – ISO (ИСО)), которая вначале занимается только унификацией продукции, анализируя и унифицируя национальные стандарты на продукцию.

В 1987 г. разработана серия стандартов ИСО 9000, в основу которых был положен стандарт Британской организации по стандартизации, который, в свою очередь, берет начало от американских стандартов качества на готовую продукцию (MIL – Q9858), принятых в конце 1950-х годов министерством обороны США. Эти стандарты были одобрены Британским институтом стандартов (BSI). Они получили обозначение BSI 5750 и были приняты в 1979 г. для Великобритании.

ИСО адаптировало Британский стандарт BSI 5750, который известен теперь как стандарт ИСО серии 9000 версии 1987 г.

При внедрении этой серии стандартов выявилось недостаточное отражение в них (версия 1987 г.) требований к производству целого ряда специфических видов продукции, и в первую очередь программного обеспечения и услуг. Ряд национальных организаций направили в ИСО предложения по совершенствованию состава, структуры и содержания стандартов [23].

Стандарты серии ИСО 9000 состояли из пяти основных частей, каждая из которых имела свою сферу деятельности в проектировании продукта и производственного процесса: разработка, поставки, производство, установка, обслуживание.

Указанные стандарты отражали систему обеспечения качества [79, 81]. Стандарт ИСО 9001 содержал базовые элементы, применение которых позволяло сформировать систему управления организацией в целом в

направлении обеспечения требуемых рынком потребительских свойств выпускаемой ею продукции [80].

Стандарты серии ИСО 9000 во многом опирались на классические принципы менеджмента и были ориентированы на необходимость развивать все подсистемы управления: кадры, финансы, технологии и закупки.

Рассматривая ИСО 9001 как отправную точку роста качества продукции по основным этапам («выживание на рынке», «присутствие на рынке», «лидерство на рынке»), Д. Рэббит [105] и Л. Берг [123] предложили схему поэтапного внедрения системы менеджмента качества (рис. 3).

В настоящее время действует версия стандартов ИСО 2015 года.

Характерной особенностью всех стандартов качества является то, что они устанавливают требования по качеству, т.е. указывают, что должно быть, но никогда не отвечают на вопрос, как это можно достигнуть. Такая особенность, в частности, стандарта ИСО 9001 позволяет применять его как к различным продуктам, так и ко всем их характеристикам качества, давая рекомендации по организационным действиям обеспечения качества [23].

В основе стандартов ИСО версии 2015 года [79] лежит процессная модель, а система менеджмента качества строится на базовых принципах, без учета которых не может быть создана эффективная система общего менеджмента (Приложение 2) [1].

С 1980 г. началось движение к объединению теории общего менеджмента и менеджмента качества. В менеджменте качества выявляются новые элементы, в общем менеджменте выделяются ряд подсистем, формируется подход к управлению по целям.



Рис. 3. Схема поэтапного внедрения СМК

Развитие системы управления качеством тесно связано с изменением общего отношения к управлению бизнесом. Основа доктрины системы всеобщего управления качеством (Total Quality Management) заключается в том, что для достижения долговременного финансового успеха компания должна обеспечить высокое качество продукции. В экономике США накоплен значительный опыт управления качеством. В частности, для дополнительного стимулирования фирм-производителей в повышении качества продукции в 1987 г. была учреждена премия Болдриджа за значительные успехи в достижении качества (в список компаний, которые могут, претендовать на эту премию, входят и строительные компании) [64].

В систему отбора включен следующий перечень критериев: руководство, стратегическое планирование, направленность на потребителя и рынок, информация и анализ, управление персоналом, управление процессами, результаты бизнеса (Приложение 3).

Система прошла определенную апробацию, что позволило установить её адекватность требованиям рыночной экономики, возможность переносить на различные сферы экономики.

Анализ результатов присуждения премии показал, что компании, в разные времена получившие премию Болдриджа, объединяют следующие основные характеристики [64]:

- высшее руководство принимает активное участие в управлении качеством;
- в компании четко сформировано видение, цели и разработаны конкретные мероприятия для достижения нужного уровня качества продукции;
- компании четко спланировали и организовали свою деятельность, направленную на повышение качества;
- руководство тщательно контролирует весь процесс и ориентируется на удовлетворённость потребителей.

Государственная политика США максимально ориентирована на рост качества продукции и услуг во всех отраслях экономики. Делаются огромные вложения в разработку новой техники и новых видов продукции, а также формирование новых внутрифирменных отношений, мотивации работников на рост качества продукции, провозглашение качества, по сути, образом жизни. Все это положило начало большому скачку в развитии производства. Анализируя опыт американской экономики в области качества; можно отметить следующее [39]:

- контроль качества изготовления продукции ориентирован на использование методов математической статистики;

- внимание к процессу планирования производства как по объемным, так и качественным показателям; активный административный контроль за выполнением планов;
- совершенствование управления фирмой в целом для достижения качества;
- наличие четко формализованных систем управления качеством.

Свои особенности имеет японский менеджмент качества: отслеживание востребованности своей продукции у потребителей и в сравнении с конкурентами, обучение персонала, создание благоприятной обстановки для выявления способностей работника, вклад каждого работника в развитие организации.

Движение за качество продукции началось в Европейских странах особенно активно в 1980-х годах в рамках целенаправленной деятельности по подготовке к созданию единого экономического пространства, выработке единых стандартов, способных обеспечить эффективный обмен товарами и рабочей силой. Был сформирован Европейский фонд управления качеством, взявший на себя функции ускорения процесса создания качества для достижения преимущества в конкуренции. Отличительной особенностью европейского подхода к управлению качеством является:

- создание законодательной основы для оценки и подтверждения качества;
- гармонизация требований национальных стандартов, правил и процедур сертификации;
- создание региональной инфраструктуры и сети национальных организаций, уполномоченных сертифицировать продукцию и системы качества.

В настоящее время стандарты ИСО серии 9000 приняты в качестве национальных в большинстве стран мира. В современной международной практике эти стандарты используются не просто для совершенствования действующих на организациях и фирмах систем менеджмента качества, при

заключении контрактов между ними в качестве моделей, но и для оценки СМК продукции поставщиками, их сертификации. Соответствие СМК стандартам ИСО рассматривается как гарантия того, что поставщик способен выполнить требования контрактов и обеспечить необходимые требования по качеству поставляемых комплектующих.

В условиях глобализации экономики и выхода России на международные рынки сертификация СМК приобретает особое значение, так как её наличие укрепляет позиции организаций. С целью успешной конкуренции не только на внутреннем, но и внешнем рынке многие организации сертифицируют СМК.

По данным ИСО (www.iso.org/iso/survey2009.pdf) количество выданных сертификатов в мире на конец 2009 г. составляет 1 064 785 в 178 странах (в России – 53 152) [111].

Количество сертифицированных систем СМК за последние 12 лет возросло на Дальнем Востоке более чем в 12 раз, в Европе и США более чем в 3 раза. Особое место среди стран Дальнего Востока занимает Китай, который постоянно наращивает свой потенциал. Китай значительно опередил другие страны.

Количество российских организаций и организаций, сертифицировавших СМК, на конец 2009 г., по данным ИСО, составляет 53 152. При этом 70% из них – 37 101 – сертифицировались в 2009 г. Надо заметить, что условия повышения конкурентоспособности организаций заключаются не только в создании продукции высокого качества, повышении надежности, безопасности, но и в постоянном совершенствовании системы управления на базе СМК.

Исследования убедительно показывают, что применение стандарта ИСО 9001 имеет стратегическое, маркетинговое, организационное, технологическое и экономическое значение. В ходе реализации рекомендаций и требований стандарта определяются процессы, влияющие на функциональное назначение организации и удовлетворение потребителей, устанавливается

последовательность этих процессов, критерии и методы обеспечения эффективности работ, систематизируется информация, необходимая для поддержания и наблюдения за процессами. Очевидно, что ключевые факторы успешной деятельности организации и требования стандарта совпадают, поэтому любые организации, применяющие стандарт ИСО 9001, становятся более эффективными.

О результативности внедрения стандарта ИСО 9001 свидетельствуют многочисленные социологические исследования за рубежом и в России. Так опрос, проведенный НИИ «Интерэкомс», показал, что компании, внедрившие стандарт, реально ощущают значительные изменения, улучшение деятельности, повышение эффективности работы; они получают дополнительные преимущества на рынке, растет удовлетворённость потребителей, прибыльность и т.д.

Проведенные НИИ «Интерэкомс» социологические исследования компаний, работавших по Программе развития ООН в России «Повышение конкурентоспособности малых и средних инновационных организаций в Российской Федерации», подтвердили, что в организациях произошли существенные изменения по ряду показателей: увеличился объем выпускаемой продукции, повысился коэффициент удовлетворённости потребителей, выросло число клиентов, улучшились функциональные и технические характеристики продукции и т.д. (рис. 4).

Активное массовое применение международного стандарта ИСО 9001 во многих странах - это результат не только осознания такой необходимости, но и влияния институциональной среды.

Вместе с тем, несмотря на наличие законов и различных научных организаций по ведению стандартизации, метрологии и сертификации, даже организации, внедрившие систему СМК, часто имеют весьма низкую её результативность. Причин низкой результативности СМК после ее внедрения несколько.

Результаты внедрения СМК по данным обследований, проведенных НИИ «Интерэккомс»

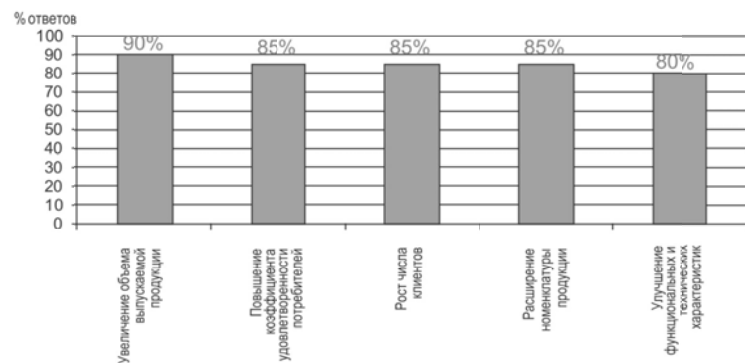


Рис.4. Результаты внедрения СМК по данным обследования, проведенных НИИ «Интерэккомс»

В качестве основной причины следует назвать низкий уровень общего менеджмента в организациях, смысл которого заключался в том, что при внедрении стандартов ИСО 9000 российскими организациями не выполняются правила Джурана: 85-15% и Деминга: 96-4%. Джуран утверждал, что за 85% проблем качества отвечает система менеджмента, а за остальные 15% - исполнители [120]. Деминг ужесточил это правило, он подчеркивал, что 96% проблем качества - это работа системы управления, а на долю исполнителей приходится 4% [22]. Изложенное показывает, что доминирующая ответственность за качество должна возлагаться на систему менеджмента и её создателей. Как показывает анализ, проведенный НИИ «Интерэккомс» в инфокоммуникационных организациях, ситуация почти обратная - основная доля ответственности падает на исполнителей.

Еще одной причиной является несоответствие культурных основ отечественной экономики и принципов, заложенных в стандартах ИСО серии 9000. Система менеджмента качества, существующая в России, - это часто

репрессивный менеджмент, основанный на поиске виновных, а не на силе правил.

Исследования, проведенные в организациях, выявили еще одну проблему - пропущенные этапы развития менеджмента качества:

- проведение качественных маркетинговых исследований, позволяющих освоить выпуск услуг, пользующихся повышенным спросом у потребителей;
- создание эффективной сети продаж с информацией о реализованной продукции;
- постоянная работа над минимизацией затрат;
- эффективное управление финансами и затратами на качество.

Только решив изложенные задачи, организация может приступить к созданию СМК и последующей её сертификации.

Исследование показало, что в большинстве организаций отсутствует основная интеграция системы менеджмента качества в деятельность организации, которая, на наш взгляд, должна базироваться на таких принципах, как:

- ориентация на потребителя - внешнего и внутреннего;
- постоянное улучшение процессов управления качеством;
- вовлечение персонала организации для воплощения идей качества в повседневную деятельность.

В процессе исследования было выявлено, что в организациях часто отсутствует подход, основанный на анализе данных, т.е. измерении в рамках СМК хода процессов.

Слабо исследуется в деятельности организаций статистическое управление процессами, диаграммы процессов, оценка возможностей процесса, стадии проверки в цикле PDCA (P - планируй, D - делай, C - проверь, A - действуй), финансовые показатели, отчеты об удовлетворённости потребителей, рекламации и затраты на гарантийное обслуживание.

Для изменения указанной ситуации необходимо, чтобы организация постоянно совершенствовала систему управления, применяя различные эффективные подходы и используя при этом СМК.

Организациям необходимо проводить постоянное совершенствование, используя различные подходы, такие как: применение аутсорсинга, мониторинга характеристик управления, вовлечение работников организации, реинжиниринг бизнес-процессов, переход организации на интегрированную систему менеджмента, что позволит повысить не только качество продукции, но и её безопасность [42]. Аутсорсинг получил достаточно широкое распространение как форма организации бизнеса на телекоммуникационном рынке.

Устойчивость и конкурентоспособность развития регионов и национальных экономик - многофакторная модель. Важное место в ней занимают предпринимательский климат, менталитет, институциональная среда, отраслевая структура, культура управления, образовательный уровень населения и его способность адаптироваться к изменяющейся среде.

При исследовании процессов развития национальной и региональной экономики особое внимание обращают на «волновое» развитие экономических и политических курсов, лидерство традиционных отраслей, создающих валовой продукт, уровень конкурентоспособности отдельных кластеров в региональном или международном масштабе. В Италии кластерами стали организации металлообработки, моды и дизайна, кожевенной, деревообрабатывающей промышленности, в Дании - организации, специализирующиеся на технологиях для агробизнеса и пищевой промышленности и т.д.

Разница в уровнях жизни в ряде стран достигает соотношения 1 к 700. Столь существенные различия в развитии национальных и региональных экономик обусловлены влиянием менталитета, институциональной среды и культуры управления, организации деятельности.

Институциональная среда создает возможности и условия деятельности, инвестиционной привлекательности бизнеса. Нормы, правила и законы формируют особенности поведения граждан и хозяйствующих субъектов, определенный алгоритм их поведения, направленный на единство личностей, создание культа бережливости, предпринимательства, терпимости или на другие ориентиры, и тем самым влияют на культуру организации деятельности, управления.

Культуру управления можно рассматривать как искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать наилучшим и самым дешевым способом. Вполне очевидно, что добиться этого невозможно без соблюдения определенных требований к организации деятельности. В международном стандарте ИСО 9001 нашли отражение требования, выполнение которых позволяет компаниям быть успешными. Во всем мире компании стремятся следовать этому стандарту, многие прибегают к помощи независимых организаций для того, чтобы подтвердить свое соответствие его требованиям. На конец 2015 г. в мире насчитывалось более миллиона организаций, подтвердивших свое соответствие требованиям стандарта ИСО 9001.

В первой десятке стран, в которых наиболее эффективно применяется этот стандарт, обычно называют Китай, Италию, Японию, Испанию, Германию, США, Индию, Великобританию, Францию, Нидерланды.

Степень применения международных стандартов ИСО 9001 наиболее объективно характеризует показатель «количество сертификатов на 100 000 человек». При применении этого показателя наглядно видно, что рейтинг стран, наиболее активно обеспечивающих соответствие деятельности организаций международным стандартам и, следовательно, высокий уровень производительности труда, выглядит несколько по-другому.

На Европу и Дальний Восток приходится около 80% всех организаций и организаций, подтвердивших свое соответствие требованиям этого стандарта. Все транснациональные компании, а объем их производства в мировой экономике составляет 20-21 трлн долл. (около 40% всего валового мирового

продукта), осуществляют свою деятельность в соответствии со стандартом ИСО 9001 и требуют от своих поставщиков, чтобы и их деятельность также соответствовала ему. В результате производительность труда транснациональных компаний значительно превышает производительность труда в других организациях. И международные стандарты управления играют ведущую роль в достижении таких результатов.

Требования международного стандарта ИСО 9001 позволяют системно подойти к организации всех видов деятельности по управлению организацией.

Как показывают проведенные НИИ «Интерэкомс» социологические исследования, организации испытывают острую необходимость:

- в рациональной организации труда;
- в четкой взаимосвязанной работе всех подразделений и служб, менеджеров и исполнителей;
- в разработке норм, стандартов, определяющих деятельность работников, подразделений;
- в эффективном использовании ресурсов, росте производительности труда.

Правильное применение международного стандарта ИСО 9001 решает многие из этих задач, причем наиболее оптимальным образом.

Исследования НИИ «Интерэкомс» показали, что в результате работы по приведению компаний в соответствие с требованиями международного стандарта ИСО 9001 происходит реальное переосмысление целей, задач, условий взаимодействия подразделений, определяются причины снижения эффективности работы и обеспечивается существенное улучшение деятельности компании в целом. Многие компании отмечают, что в результате внедрения стандарта происходит перестройка принципов взаимодействия процессов, структурных подразделений, персонала, повышается уровень доверия потребителя, обеспечивается постоянное улучшение бизнес-процессов и повышение качества продукции.

Итоги этих исследований во многом объясняют, почему внедрению информационных технологий, новых программных продуктов, автоматизации процессов должно предшествовать приведение организации в соответствие с требованиями международного стандарта ИСО 9001.

Правильное применение стандарта ИСО 9001 - важная часть научного менеджмента. Устойчивость развития наряду с лидерством в сегменте рынка составляет основу повышения доходности, рыночной стоимости бизнеса. При формировании программы повышения доходности компании нельзя не учитывать, что, как показывают социологические исследования, 40% потребителей отдают предпочтение качественной продукции, услугам, и только 30-35% потребителей удовлетворены продукцией, услугами, которыми они пользуются. Эти данные свидетельствуют, что вероятность смены поставщика продукции или услуг выше, чем иногда предполагают компании и организации [100].

Следуя рекомендациям и требованиям международного стандарта управления, производители и поставщики могут организовать производство продукции, услуг таким образом, чтобы оно стабильно соответствовало заявленным показателям и национальным стандартам, а продукция и услуги удовлетворяли потребителей. Устойчивого развития не бывает без обеспечения устойчивости результатов процессов. Китайский иероглиф «качество» означает «равновесие» плюс «деньги», то есть качество продукции или услуги всегда обеспечивает устойчивость положения и доход. В этом заключен глубокий смысл управления, формирования культуры управления и их влияния на конечный результат деятельности организации.

Международный стандарт ИСО 9001 помогает обеспечивать устойчивость и доходность компаний по многим аспектам. Используя его как технологический инструмент, реализуя требования и рекомендации стандарта, компания обеспечивает соответствие технологического цикла нормативным, организационным, проектным документам, оптимизацию, структурирование,

повышение качества бизнес-процессов, повышение качества оперативного управления, стандартизацию процедур.

Стандарт может служить и организационным инструментом для повышения эффективности взаимодействия руководителей и исполнителей, корректирующим сферы их ответственности и полномочия, а также инструментом совершенствования организационной структуры, изменяющим ценностные ориентиры и повышающим деловую этику сотрудников, корпоративную культуру коллектива.

Одновременно ИСО 9001 - это маркетинговый и стратегический инструмент. Как маркетинговый инструмент он служит укреплению отношений с партнерами, поставщиками, потребителями, облегчает выход на рынок и заключение контрактов, обеспечивает увеличение доли компании на рынке, повышение удовлетворенности клиентов, качества продукции и услуг, положительно изменяет имидж и репутацию компании, является одним из успешных информационных поводов для PR-акций [70].

Стратегическое преимущество достигается за счет повышения стоимости бизнеса, положительных изменений в деятельности организации. Осуществляется увеличение стоимости бизнеса применением ряда принципов: ожидаемой полезности, вклада, предельной производительности, наилучшего и наиболее эффективного использования ресурсов организации. В результате меняется стоимость бизнеса, ценных бумаг.

Преимуществом знаний и опыта сотрудников, их трансформация в интеллектуальный потенциал компании, рост нематериальных активов, повышение капитализации компании, возможности тиражирования бизнеса - все это факторы, которые компания должна задействовать, чтобы не допустить упущенной выгоды.

Таким образом, исследования убедительно показывают, что применение стандарта ИСО 9001 имеет стратегическое, маркетинговое, организационное, технологическое и экономическое значение. В ходе реализации рекомендаций и требований стандарта определяются процессы, влияющие на

функциональное назначение организации и удовлетворение потребителей, устанавливается последовательность этих процессов, критерии и методы обеспечения эффективности работ, систематизируется информация, необходимая для поддержания и наблюдения за процессами. Очевидно, что ключевые факторы успешной деятельности организации и требования стандарта совпадают, поэтому любые организации, применяющие стандарт ИСО 9001, становятся эффективными.

Конечно, возможность достижения таких результатов напрямую зависит от уровня подготовленности как топ-менеджеров организации, так и специалистов внешней консультационной компании. Как показывает мировая практика, без знаний и профессионализма никакие результаты получены не будут.

На начальной стадии, до завершения процесса внедрения стандарта, инерционные и консервативные работники не всегда готовы на дополнительные усилия для того, чтобы достичь положительных изменений. Способностью видеть необходимые изменения обладают, как правило, отдельные личности, чаще всего эксперты, специализирующиеся на определенном виде деятельности и имеющие достаточные знания и опыт, а также руководители.

Развитие национальной экономики во многом связано с развитием определенных территорий. В числе социальных и экономических факторов, обуславливающих развитие производительных сил и социальных процессов в регионах, важное место должно занимать применение международных стандартов управления. Вместе с тем, эти вопросы еще недостаточно изучены в предмете «региональная экономика», и им не уделяется должное внимание при региональном планировании и управлении деятельностью в регионах [88].

Регион и страна в целом заинтересованы в переходе организаций на стандарты управления в большей мере, и не потому, что экономические субъекты не имеют экономической выгоды, а потому, что при большом количестве организаций, которые существенно изменяют свою деятельность, в

регионе наступает резонансный эффект, меняющий эффективность деятельности всего региона.

Приведенные результаты не противоречат другим аналитическим исследованиям. Нет такой организации, достигнутый уровень эффективности которой нельзя улучшить; успешность организации зависит в основном от управления; доходы формируются от продажи продукции; потребители отдадут предпочтение тем компаниям и организациям, качество продукции которых их устраивает. Наилучшим образом выстраивая процессы, взаимодействие подразделений и сотрудников, компания достигает нового качества своей деятельности, улучшения финансовых и нефинансовых показателей деятельности.

Активное массовое применение международного стандарта ИСО 9001 во многих странах - это результат не только осознания такой необходимости, но и влияния институциональной среды. В чем причина приоритетности внимания правительственных организаций многих стран к расширению практики применения международного стандарта ИСО 9001? Только в конкретных результатах, которые можно получить.

Стандарт оказывает влияние на многие сферы, среди которых:

- качество производимого продукта, проводимых работ;
- качество жизни населения;
- факторы производства, конкурентоспособности, устойчивости;
- уровень национальной безопасности;
- живучесть организаций, их адаптивность к изменениям внешней среды.

Стандарт ориентирует компании на потребителя, его удовлетворенность, повышение результативности деятельности в соответствии с функциональным назначением организации. Вот почему во всем мире стандарт успешно применяется во всех секторах экономики: сельском хозяйстве, рыболовстве, пищевой промышленности, кожевенной промышленности, фармацевтике, образовании, авиации, судостроении, информационных технологиях и т.д.

Государственное (административное) управление также имеет положительные примеры применения стандарта ИСО 9001. Очевидно, прозрачность процессов, их оптимизация и нацеленность на удовлетворенность общества - важный резерв и вклад в создание эффективной экономики.

Стандарт ИСО 9001 с успехом применяется и в общественных, религиозных организациях, в вооруженных силах, например, в НАТО. Есть ли в нашей стране хоть одна воинская часть, деятельность которой соответствует международному стандарту ИСО 9001? В настоящий момент таких данных нет.

Современное экономическое пространство России образуют разнородные по уровню экономического и социального развития регионы. Проблемным регионом принято считать территорию, которая не в состоянии самостоятельно решить свои социально-экономические проблемы, реализовывать свой потенциал, для чего ей требуется активная поддержка со стороны государства.

Более полную картину можно получить при сопоставлении показателей региона и промышленно развитых стран. Для того чтобы такое сравнение было более полным, в числе статистических показателей важно рассматривать показатель, отражающий степень распространения в регионе международных стандартов управления. Активизация процессов применения международных стандартов управления в регионах позволит изменить культуру управления, повысить квалификацию управленческого персонала, станет существенным вкладом в развитие региона, а прослеживание этих процессов через статистические показатели даст возможность своевременно выявлять необходимость более активной поддержки этих процессов на уровне управления региона и страны в целом.

Иногда реальная работа подменяется имитацией, мистификацией, мошенничеством. Например, компания купила сертификат, повесила его на видное место, но руководитель не удовлетворен - ничего не изменилось. Но

как можно быть удовлетворенным таким «достижением»?! Ведь процессы в организации не изменились, а потребитель введен в заблуждение. Такое «маркетинговое» применение сертификата для того, чтобы получить эффект за счет введения в заблуждение потребителя и органы государственного управления, - явление нередкое. И этому, к сожалению, способствуют определенные объективные факторы: недостаток знаний в области менеджмента, низкий уровень профессионализма в различных системах управления, безответственность, нравственная беспринципность, пробелы законодательства в области макроэкономического и регионального управления. В стране, где действует 2000 аккредитованных органов по сертификации СМК на соответствие ИСО 9001, выдано всего 53,1 тыс. сертификатов соответствия ИСО 9001 (данные за 2010 г.) [111]. Столь существенная нестыковка в целях и задачах не могла не стать дополнительным серьезным фактором в девальвации ценности сертификата ИСО 9001 в нашей стране.

Другой возможной причиной нереализованных ожиданий можно назвать соблюдение лишь формальных признаков соответствия стандарту, что также не может обеспечить качество работ, процессов, продукции и тем более повысить эффективность деятельности организации. В нашей стране многочисленные факты формального внедрения стандарта ИСО 9001, к сожалению, - частая реальность. По данным социологических исследований, только в 10-20% компаний стандарт внедряется с целью реального изменения эффективности их деятельности.

Немаловажно также помнить, что стандарт ИСО 9001 не содержит конкретных указаний и рекомендаций, как должна выполняться та или иная процедура. В стандарте нашли отражение только общие требования, которые показывают, что надо сделать. Поэтому столь важна роль специалистов, экспертов, услуг по методологическому обеспечению системы управления и, в частности, методологическому обеспечению применения стандарта ИСО 9001.

Стандарт ИСО 9001 применим и для обеспечения качества продукции, и для повышения эффективности СМК, и для повышения эффективности систем управления всей организацией. И в каждом случае решается методологическая задача иного рода.

В зависимости от задачи происходит качественное изменение культуры управления и труда, решаются различные стратегические, маркетинговые, организационные, технологические и другие задачи. Насколько будут введены в действие ключевые факторы бизнеса, настолько бизнес и улучшится. Очевидно одно: системный подход к управлению - ключ к успеху. Неслучайно поэтому столь большое значение приобретает создание эффективных государственных, региональных, корпоративных программ обеспечения эффективности применения международного стандарта ИСО 9001.

Неудовлетворённость результатами внедрения стандарта может быть также связана с неправильными кадровыми решениями на среднем или верхнем уровне системы управления. Например, стандарт внедрен, но представителем руководства по обеспечению функционирования системы менеджмента становится специалист, не обладающий достаточными знаниями, кругозором, эрудицией, или жизненной энергией, которая так необходима для преодоления инерции, консерватизма, бюрократизма, безразличия, узкоэгоистических целей и даже равнодушия.

Таким образом, внедрение стандартов управления - это сложная управленческая задача, и порой для её решения лучше прибегнуть к аутсорсинговым услугам внешней организации. Это может стать эффективным решением для тех руководителей, которые хотят реальных и конкретных изменений. Это позволит сэкономить ресурсы и время, достичь видимых результатов, столь необходимых сегодня для повышения эффективности экономики регионов и страны в целом.

Выводы по Главе I:

1. Применение информационно-коммуникационных технологий, услуг связи повышает эффективность производственных, технологических процессов, вносит принципиальные изменения в организацию деятельности. Успешное их применение зависит от качества услуг связи, ИКТ, надёжности, устойчивости развития единой сети электросвязи Российской Федерации.

2. Российская информационно-телекоммуникационная инфраструктура стала важнейшим фактором национальной экономики. Информационно-телекоммуникационную инфраструктуру предлагается рассматривать как совокупность организационных структур, средств, линий связи, сооружений, систем связи, обеспечивающих приём, хранение, передачу, доставку информации от отправителя до адресата.

3. В числе требований к организационно-техническому обеспечению устойчивого функционирования сети электросвязи, помимо целостности, устойчивости сети связи, важно рассматривать требования к системам менеджмента при проектировании, строительстве, эксплуатации, предоставлении услуг связи.

4. Институциональная среда, культура управления - факторы активного влияния на успешность деятельности стран, регионов, отраслей хозяйствующих субъектов. От уровня культуры управления зависит уровень жизни, качество жизни, производительность труда, устойчивость национальной экономики и экономики регионов.

5. Уровень культуры управления может быть существенным образом изменен применительно к определенному хозяйствующему субъекту или региону, отрасли в целом. Исследования показывают, что эти изменения могут произойти за счет активного применения международных стандартов управления.

6. Эффективность применения международных стандартов управления в организациях, компаниях оценивается через финансовые и нефинансовые показатели, в органах госуправления - через количественные

показатели, отражающие их функциональное назначение, результативность деятельности. Степень распространения международных стандартов в национальном масштабе или в масштабе регионов должна характеризоваться не только абсолютным показателем «количество сертифицированных организаций», но и относительным показателем «количество сертифицированных организаций на 100 000 человек населения».

7. На примере международного стандарта ИСО 9001 видно, что уровень жизни и производительность труда зависят от степени проникновения международных стандартов управления в деятельность хозяйствующих субъектов, регионов.

8. Правильное применение международных стандартов управления - важная часть научного менеджмента. При моделировании государственного регулирования территориального развития, разработке федеральных, региональных целевых программ социально-экономического развития важно содействовать широкому распространению международных стандартов управления.

9. Международные стандарты управления - инструмент государственной, региональной, отраслевой, корпоративной политики, обеспечивающий как формирование этой политики в целом, так и её реализацию в практической среде.

10. Современный анализ социально-экономического развития региона не может быть полным, если в нем не учитывается степень распространения международных стандартов управления. Государственное регулирование территориального развития должно стимулировать и активизировать широкое и реальное применение международных стандартов управления, создавать все условия для этого.

11. Фактором успеха является не формальное наличие сертификата, а эффективное применение принципов, требований и рекомендаций по использованию стандарта в конкретном хозяйствующем субъекте. На фоне множества случаев несоответствий особое значение приобретают экспертные

услуги по оценке эффективности системы управления и применения международных стандартов управления.

12. Причинами неудачного, формального применения международных стандартов ИСО 9001 становятся:

- подмена реального внедрения СМК получением сертификата;
- формальное внедрение СМК;
- неправильный подбор кадров;
- недостаточная компетентность руководителей и исполнителей в вопросах теории и практики применения международных стандартов управления.

13. Страны, регионы и отрасли заинтересованы в росте числа хозяйствующих субъектов, соответствующих международному стандарту ИСО 9001, и в его масштабном проникновении на все уровни управления и во все сегменты экономики в большей мере, чем отдельные хозяйствующие субъекты. Все это обуславливает необходимость изменения норм, правил, законов, институциональной среды, создания механизма стимулирования и ускорения процессов, в частности, налогового режима, инвестиционного климата, банковской, кредитной политики и т.д.

Глава II.

Комплексный подход к совершенствованию системы менеджмента качества в инфокоммуникациях

2.1. Система менеджмента качества как основа успешной деятельности

В условиях глобализации, экономического кризиса становится особенно важным успешно выстроить бизнес-процессы, организовать деятельность специалистов, взаимодействие структурных подразделений, обеспечить выпуск продукции (товаров/услуг), которые удовлетворят потребителей и будут ими приобретены.

От этого, в конечном счете, зависит эффективность деятельности организаций и их устойчивое развитие.

Для того чтобы обеспечить лояльность клиентов, заказчиков, удовлетворить их потребности, изменить бизнес-процессы, повысить доходность, эффективность деятельности, добиться серьезной модернизации на всех уровнях – от оргструктуры и эффективной модели управления до информационно-коммуникативных каналов, прозрачности, информационной открытости, важно особую роль отвести контролю деятельности [55].

Контроль – это управленческая деятельность, задачей которой является количественная и качественная оценка и учет результатов работы организации. В ней выделяются три главных направления: постановка задачи, контроль за выполнением работ, намеченных планами, и принятие мер по корректировке всех значительных отклонений от плана или самого плана. Контроль является функцией процесса управления, его важнейшей частью, которая обеспечивает обратную связь и позволяет повторять процесс управления на новой основе. Эффективно поставленный контроль обязательно должен иметь стратегическую направленность и ориентироваться на результаты.

Контроль – объективная необходимость при любой организационно-правовой форме, при любых масштабах организации (крупном, среднем и малом), он необходим как слагаемое и хозяйствующего субъекта, и органа государственного управления. От эффективности контроля зависит эффективность функционирования управляемого объекта.

Система контроля может быть успешной, если интегрировано включает в себя стратегический, тактический и оперативный контроль.

Стратегический контроль ставит задачу оценки и регулирования деятельности организации с позиций выполнения ею долгосрочных целей.

Тактический контроль нацелен на анализ выполнения тактических планов организации, неразрывно связанных с её стратегией. Тактический контроль осуществляется как в целом по организации, так и по её ключевым подсистемам, отражающим состояние внутренней среды организации. Задача служб, осуществляющих тактический контроль, – своевременное выявление отклонений и проведение корректировочных мер.

Оперативный контроль выполняется ежедневно по периодам, характерным для оперативного планирования. Он включает в себя контроль выполнения работ и методов, используемых для производства продукции и услуг, и выполнения всех видов процессов в организации.

Целесообразно различать контроль системы в целом – всей организации, контроль её подсистем, элементов. Этот подход позволяет рассматривать функцию контроля в четкой взаимосвязи с объектами разной сложности, различными функциями. Принимая во внимание, что успешность деятельности организации определяется лояльностью, удовлетворённостью заказчика, клиента и оптимальностью бизнес-процессов, важно исходить из положения, что современная система контроля не может обеспечить эффективную деятельность организаций, если в её основе не использовать международный стандарт ИСО 9001.

Применение международного стандарта ИСО 9001 позволяет обеспечить реализацию функций стратегического, тактического и оперативного контроля.

Значение объективной оценки состояния организации, правильное применение методологии управления организацией, соотнесение сложившейся практики управления с передовым международным опытом особенно возрастает в сложных экономических условиях. В стандарте ИСО 9001 сосредоточены минимальные требования к организации для того, чтобы она была успешной, т.е. конкурентоспособной, развивающейся.

Какие минимальные требования обеспечивают эффективность организации?

- ориентация на потребителя;
- постоянное повышение результативности;
- установление измеримых целей и для организации, и для ее подразделений;
- правильное распределение ответственности и полномочий;
- установление обратной связи;
- рациональное применение ресурсов;
- создание эффективной производственной среды;
- применение процессного подхода.

Во многих организациях отсутствует контроль правильности хода реализации решений для достижения поставленных целей, отсутствует информационное обеспечение системы управления, не проводится анализ эффективности принятых решений, применяется сложная организационная структура контроля, не проводится внутренний аудит, не реализован принцип ответственности, не обеспечивается повышение эффективности и результативности процессов и системы организации в целом.

Всё это – свидетельство низкой эффективности организации деятельности, следствием которой становятся низкая конкурентоспособность организаций в стране и кризисное состояние российской экономики. О том,

насколько стандарт ИСО 9001 способствует повышению эффективности устойчивости, конкурентоспособности, свидетельствует оценка экспертов, аналитические, социологические исследования, динамика применения стандарта в мировой практике.

Так, по мнению экспертов и исследователей законодательных органов США, Израиля, внедрение международных стандартов ИСО 9001 позволяет на 1/3 повысить национальный продукт [38]. Прибыльность компаний в странах ЕС за счет применения стандарта увеличивается от 15 до 40% [3, 55].

Аналитические и социологические исследования показывают, что применение международного стандарта ИСО 9001 приводит к тому, что:

- процесс изменения организации начинается с момента его внедрения;
- управление организациям становится более логичным с появлением контроля на всех этапах;
- ответственность возрастает на всех уровнях управления организации;
- возрастает доверие со стороны клиентов и заказчиков;
- повышается качество обслуживания клиентов, деятельности на всех участках;
- возрастают доходы и производительность труда;
- повышается стабильность бизнес-процессов и т.д.

О том, насколько успешно применяется этот стандарт, можно судить по динамике применения этого стандарта в мире в различных сегментах экономики. Этот процесс во многом прослеживается через количество сертификатов соответствия, полученных организациями (рис. 5) [112].

Динамика применения стандарта постоянно растет не только в промышленно развитых странах Западной Европы, но и в странах Юго-Восточной Азии, и это во многом связано с вывозом капитала и производства из промышленно развитых стран Запада в страны Юго-Восточной Азии для сокращения производственных затрат [112].



Рис. 5. Динамика применения стандарта ИСО 9001 в мире (2015 г.)

На конец 2015 г. более 1,1 млн компаний подтвердили соответствие систем менеджмента международному стандарту ИСО 9001. Большие и малые компании в общественном и частном секторе стали пользователями международного стандарта, что дало возможность усовершенствовать их менеджмент [112].

ИСО 9001 позволил совершить преобразования от этапов планирования работ до совершенствования деятельности действующих организаций всех секторов во всем мире. Впечатляет динамика роста применения международных стандартов ИСО 9001 за последние пятнадцать лет.

Если в 1993 г. в мире было около 45 тыс. компаний, сертифицировавших свои системы менеджмента качества, то к 2015 г. их стало более 1,1 млн. Ежегодно увеличивается прирост компаний, сертифицировавших свои системы менеджмента качества. С 2000 г. количество компаний, сертифицировавших свои системы менеджмента качества, увеличилось в два с половиной раза.

Можно предположить, что по нынешней тенденции в 2015 г. количество компаний, сертифицировавших свои системы менеджмента качества на

соответствие ИСО 9001 будет порядка одного 1,05 млн, а через пять лет их число достигнет 1,4 млн.

Распределение сертификатов соответствия системы менеджмента качества международному стандарту ИСО 9001 показывает, что наибольший удельный вес - 47,0% - приходится на европейские страны, 37,4% - на Дальний Восток.

В Европе наибольшее количество компаний, сертифицировавших свою систему менеджмента качества приходится на Италию - 26,7%, Испанию - 15%, Германию - 10%, Великобританию - 8,2%. Доля России составляет около 3%.

В первую десятку стран по количеству сертификатов на соответствие ИСО 9001 вошли Китай, Италия, Япония, Испания, Индия и др. страны [55].

Из общего количества сертификатов 70% приходится на индустриальный сектор. В индустриальном секторе наибольший удельный вес приходится на строительство - 11%, металлургию - 11%, электрическое и оптическое оборудование - 10%, машиностроение и производство оборудования - 8%.

Таким образом, анализ мировых тенденций показывает значительный рост компаний, применяющих международный стандарт ИСО 9001 во всем мире. Создание и внедрение систем менеджмента качества предоставляет организациям не только дополнительные конкурентные преимущества, но и обеспечивает повышение их инвестиционной привлекательности. Переход организаций на современную систему менеджмента качества и последующая её сертификация представляет собой реальный путь улучшения их экономического положения и прогрессивного развития.

Страны, которые стремятся сохранить и приумножить свои конкурентные преимущества, используют для этих целей международные стандарты на систему менеджмента качества. Интересен в этом плане прорыв Китая. В 1997 г. в Китае было выдано 6 тыс. сертификатов ИСО 9001, в 2010 г. – более 250 тыс., в 2015 г. – около 300 тыс. За 18 лет число компаний,

соответствующих международным стандартам в области менеджмента качества, возросло в 50 раз.

Этих результатов удалось достигнуть как за счет информационной поддержки необходимости иметь в организациях эффективную систему менеджмента, как минимум соответствующую требованиям ИСО 9001, проведения работ по сертификации, образования руководителей и специалистов, так и за счет государственной поддержки работ по разработке, внедрению, сертификации систем менеджмента. Эффективность систем менеджмента организаций может претерпеть значительные изменения, если государство будет частично возмещать затраты на разработку, внедрение, сертификацию систем менеджмента. Это может быть обеспечено как прямой финансовой поддержкой, так и косвенной, за счет разрешения организациям уменьшать общую сумму уплачиваемых налогов. Например, можно разрешить организациям уменьшать общую сумму уплачиваемых налогов на величину производимых организациями расходов на внедрение и сертификацию систем управления после подтверждения их соответствия требованиям международных, национальных стандартов третьей стороной, аккредитованной надлежащим образом.

2.2. Особенности функционирования системы менеджмента качества в инфокоммуникациях

В настоящее время рынок услуг связи переживает очередной виток своего развития, он характеризуется внедрением новых услуг, изменением числа участников, роли места связи, информатизации в экономике страны, её влияния на развитие национальной и мировой экономики [9].

Происходят изменения внешней среды организаций связи: жесткая конкуренция, более осведомленные и требовательные потребители, инфляция, рост цен на энергоносители, кризисное состояние окружающей среды, дефицит ресурсов, новые ценности у персонала.

На этом этапе стоит очень серьезный вопрос о выживаемости компаний. Встают вопросы оптимальной экономии средств, повышения и оптимизации инвестиций.

В этих условиях особенно актуально внедрение в организациях связи систем менеджмента качества. Это позволит снизить затраты, повысить качество и производительность, а следовательно, и конкурентоспособность организации и удовлетворённость потребителей.

Эдвардс Деминг, выдающийся американский специалист, один из создателей теории системного подхода к управлению качеством, сказал: «96% проблем обусловлены неправильной системой менеджмента, и только 4% - ошибками исполнителей» [22, 72].

Система менеджмента качества – это тот инструмент, который не только дает возможность достойно выйти из кризисной ситуации, но и позволит использовать её в интересах развития организаций связи. Разработка, внедрение и сертификация системы менеджмента качества – это один из путей, позволяющий повысить свою конкурентоспособность.

У организации связи, внедрившей и сертифицировавшей систему менеджмента качества, гораздо больше шансов устоять в условиях кризиса.

Только организации, способные документально подтвердить свою надёжность и стабильность, безупречность организации производственного процесса и способность обеспечить надлежащее качество, смогу рассчитывать на:

- получение кредитов;
- привлечение инвестиций, получение бюджетных средств, целевое использование которых будет находиться под государственным контролем;
- получение льгот при страховании;
- получение преференций при размещении государственных и муниципальных заказов, предусмотренных антикризисным планом Правительства РФ (к заказам, финансируемым из

федерального или городского бюджета, в основном, допускаются организации, имеющие сертифицированные СМК).

Для формирования системы менеджмента качества в организации связи необходимо разработать процедуры и другую необходимую документацию, описывающую всю регламентирующую деятельность компании. Система менеджмента качества – это совокупность элементов, включающая организационную структуру СМК, процедуры, стандарты и другие регламентирующие деятельность компании документы, процессы, ресурсы, необходимые для функционирования СМК.

Основные принципы системы менеджмента качества это:

- ориентация на клиента;
- лидерство;
- вовлеченность персонала;
- процессный подход;
- улучшение на основе фактических данных;
- принятие решений, основанных на фактах;
- менеджмент взаимоотношений.

Эти принципы определены и действуют для любой организации, но их роль и реализация могут меняться в зависимости от специфики организации.

Организации связи имеют ряд особенностей по сравнению с другими организациями, и это в первую очередь определяет особую значимость принципов «ориентация на потребителя», «системный подход к управлению», «процессный подход».

Организация связи является сервисной организацией. Она – поставщик услуг, услуги её потребляются в процессе производства, совпадают с технологическим процессом её предоставления, любую ошибку в процессе предоставления становится невозможно исправить. Потребитель становится получателем некачественного продукта (услуги), и это отражается на доходности и удовлетворённости потребителя.

Услуги связи нематериальны, носят невещественный характер, и оценивать их качество до реализации, т.е. до поступления к потребителю, очень сложно.

На современном этапе именно качество услуг, обслуживание являются наиболее сложным, малоисследованным явлением и важным моментом в организации деятельности организации связи. Решение этого вопроса придает новый импульс не только повышению качества услуги, устойчивости организации, но и доходности.

В процессе предоставления услуг участвуют, как правило, несколько организаций связи.

Организации связи имеют большое число контактов с клиентами и сложный характер взаимодействия с ними, с клиентом контактирует большее количество персонала, нежели в обычных организациях, существует высокая степень вовлеченности клиента в процесс оказания услуг, и это требует соответствующей подготовки, мотивации, контроля персонала организации производственных процессов.

Рынок услуг связи – конкурентный, а конкурентность требует от организаций связи постоянного повышения эффективности, степени удовлетворённости клиентов, не позволяет ограничиваться только ценовыми методами.

Одним из основных принципов менеджмента качества является процессный подход, требования к применению которого также определены в ИСО 9001. Методические приемы, используемые в процессном подходе, достаточно хорошо разработаны и позволяют исключить многие ошибки. Эти методические приемы включают в себя: структурирование и декомпозицию работ; необходимые нормативные и другие документы; используемые ресурсы; необходимые измерения и мониторинг; анализ и оценку результатов; корректировку и проведение предупреждающих действий. Системный подход предполагает рассмотрение управления организацией как управление системой взаимосвязанных процессов.

Эффективность применения процессной структуры модели совершенного бизнеса хорошо видна на конкретном примере:

BT Northern Ireland (телекоммуникационная компания Северной Ирландии) достигла очень неплохих результатов по таким показателям, как соотношение «объем услуг – цена», сокращение сроков обслуживания, получила высокую оценку своей деятельности потребителями. Так, если в 1980-х годах компания устанавливала телефон только через несколько недель после получения заказа, то в настоящее время – в течение суток (сегодня заказ – завтра телефон или подключение к пользованию новой телефонной линией). Полное ремонтное обслуживание клиента занимает не более 9 часов. Четкой организации работ способствовало, в частности, создание информационной системы. Инженеры, выезжающие на вызов, оснащены персональными компьютерами, позволяющими связаться с информационной системой телекома и получить необходимые сведения [54].

Объединение подразделений и служб организаций связи процессами обеспечивает:

- 1) Ориентирование подразделений и служб на достижение конечного результата, определяемого общей целью, оптимизацию процесса в целом, а не деятельности отдельной службы, оценку вклада в общее дело каждого из подразделений, наибольшую суммарную эффективность.
- 2) Более четкое восприятие организацией изменений требований потребителей (основные процессы ориентированы на потребителя, они начинаются с запросов потребителей и заканчиваются ими).
- 3) Возможность приспосабливаться к изменяющимся внешним условиям.
- 4) Измеримость процесса числовыми характеристиками предоставляемых услуг, такими как себестоимость, длительность цикла, производительность, уровень качества и удовлетворённость потребителей.
- 5) Возможность постоянного и прорывного совершенствования на основе измеримости процесса. Механизм совершенствования процессов

достаточно хорошо отработан и широко применяется во многих организациях мира.

- 6) Обозримость всех сфер деятельности и их согласованность.
- 7) Более легкое управление организацией: сокращается путь передачи управляющих действий как по вертикали, так и по горизонтали.
- 8) Объединение людей и усиление коллективной (командной) работы, мотивацию. [9]

Важный признак процесса – ориентация на конкретного потребителя, а ориентация на потребителя - ключевой фактор успеха организации. Организации связи зависят от потребителей своих услуг и должны понимать их настоящие и будущие запросы, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания [17]. Суть этого в следующем:

- процессы существуют, чтобы удовлетворять нужды людей и потребности общества;
- процессы полезны, если они добавляют ценность для людей и общества;
- потребности и процессы удовлетворения потребителей могут быть смоделированы и отслежены с использованием статистических методов;
- лучшая модель процесса удовлетворения потребностей общества должна быть принята руководством при непосредственном участии каждого члена общества [17].

Обеспечение высокого уровня качества обслуживания потребителя - одна из действующих форм защиты организации связи в конкурентной среде на потребительском рынке. Качественное обслуживание становится приоритетным направлением в политике организации, так как позволяет увеличивать число лояльных покупателей, положительно влияет на репутацию организации. Важнейшим элементом в связи с этим становится управление качеством услуг, качеством обслуживания потребителей.

Хотелось бы обратить внимание на то, что, учитывая такую особенность организаций связи, как неразрывность процессов производства и потребления [11, 105], особое внимание следует уделить оценке качества услуг связи, качества обслуживания и удовлетворённости клиентов. Понятия эти в определенной мере связаны друг с другом, но только учет всех трех компонентов делает систему менеджмента качества более эффективной.

Качество услуги можно рассматривать как совокупность характеристик услуги, определяющих её способность удовлетворять установленные или предполагаемые требования [83].

Качество обслуживания пользователей – совокупность экономических, социальных и других показателей (параметров), оценивающих с точки зрения пользователей и характеризующих степень их удовлетворённости качеством связи [74].

Удовлетворённость потребителя (пользователя) – восприятие потребителями степени выполнения их требований [6, 24, 79, 106].

Удовлетворённость потребителя – совокупность характеристик, отражающих удовлетворённость пользователей качеством услуг и обслуживания. Качество услуги, обслуживания и удовлетворённости потребителей во многом зависят от компетентности персонала, его квалификации, знаний, организации взаимодействия персонала и процессов. В связи с этим правильно организованные документированные процедуры обеспечивают успешность системы менеджмента качества, а значит и организации в целом.

Особенность формирования системы менеджмента качества в организациях связи заключается в необходимости проведения работ по оценке качества услуг связи и качества обслуживания, учета факторов и условий обеспечения качества. В модели системы менеджмента качества это означает, что эффективность системы менеджмента качества в организациях связи определяется качеством услуги, обслуживания, производственных процессов и удовлетворённостью клиентов.

При формировании системы менеджмента качества с учетом особенностей организаций связи следует учитывать, что успешность организации предполагает:

- непрерывность совершенствования деятельности организации;
- участие каждого работника в совершенствовании деятельности;
- непрерывное снижение себестоимости предоставляемых услуг;
- применение современной техники и технологий;
- непрерывное управление качеством услуг и обслуживания;
- непрерывность повышения знаний организации.

Этапность формирования системы менеджмента качества в организациях связи может быть представлена в виде следующей последовательности (рис. 6).

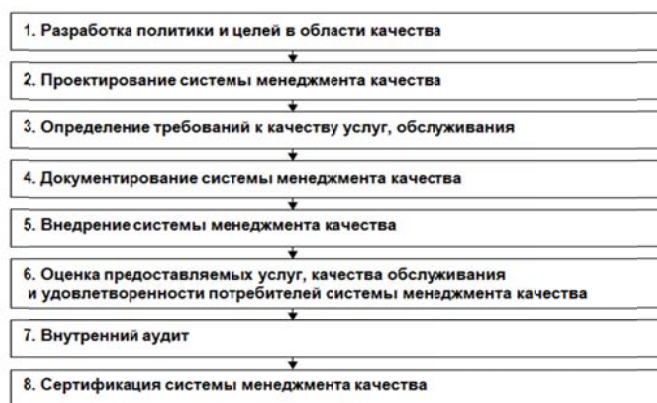


Рис. 6. Этапы формирования системы менеджмента качества

На первом этапе формируются цели в области качества, гармонизированные с деятельностью организации и содействующие её улучшению. На втором этапе идентифицируются процессы, последовательность их выполнения, наличие ресурсов, ответственность и полномочия руководства организации. На третьем этапе определяются требования к качеству услуг и обслуживания потребителей.

Реализация приведенной последовательности формирования системы менеджмента качества и учет особенностей ее в организациях связи позволяет значительно повысить системность в управлении организацией, вовлечь большее количество работников, повысить удовлетворённость потребителей и персонала.

При внедрении системы менеджмента качества в организациях связи следует учитывать такую тенденцию, как гармонизация требований к качеству услуг в сфере телекоммуникаций в РФ, а также общемировую тенденцию в области стандартизации систем менеджмента качества с учетом отраслевой принадлежности.

Первая связана с тем, что Россия позиционирует себя как часть мирового телекоммуникационного пространства и планирует вступить во Всемирную торговую организацию (ВТО). Поэтому в связи с интеграцией российских телекоммуникаций с европейской и всемирной сетями связи, вступлением России в ВТО в стране стоит задача государственного значения и проводится активная работа по гармонизации нормативной базы электросвязи с международными стандартами и европейским законодательством.

Прежде всего, это относится к созданию нормативной базы качества услуг электросвязи, поскольку в настоящее время вопросы качества услуг и система управления качеством выдвигаются на первый план в стратегии развития мирового телекоммуникационного сообщества.

Реалии современного рынка телекоммуникационных услуг таковы, что ценовая конкуренция все чаще уступает место неценовой, и основу конкурентоспособности компаний составляет стабильное качество предоставляемых ими услуг.

При этом меняются подходы к качеству связи в целом: от оценки характеристик сети переходят к оценке качества предоставляемых услуг (рис. 7).

До недавнего времени качество услуг электросвязи было принято характеризовать тем, насколько провайдер обеспечивает выполнение

требований существующих директивных документов, содержащих в основном нормы на технические параметры передачи информации по сетям связи. Но пользователя услуг совершенно не интересует, каковы характеристики сети. Его заботит конечный результат, а именно степень удовлетворения его требований к качеству услуг. И эти требования должны быть изложены в терминах, понятных пользователю.

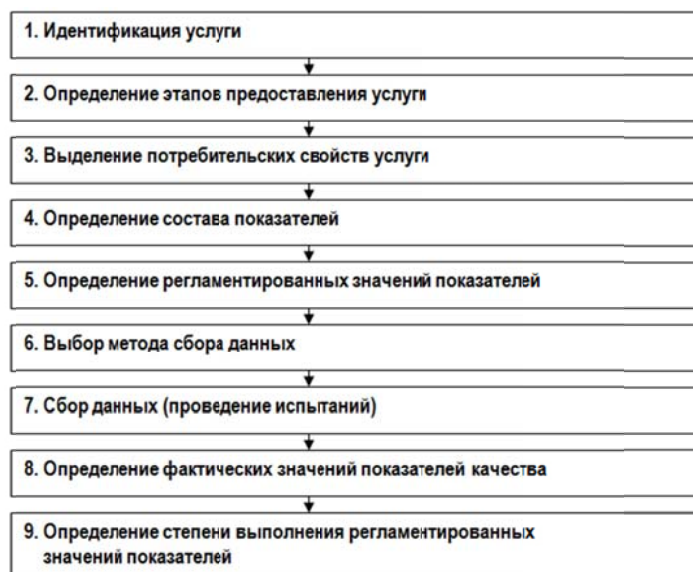


Рис. 7. Оценка качества услуг

К сожалению, существующее положение дел с нормированием качества услуг в сфере телекоммуникаций РФ свидетельствует об отсутствии таковых требований и необходимости регламентации качества услуг на основе норм, понятных пользователю и одинаково понимаемых пользователем и провайдером.

В международной практике о таких подходах к нормированию качества услуг с позиций потребителей известно давно. Об этом говорится в рекомендациях международных, региональных организаций (МСЭ, ЕТСИ) и в национальных регламентирующих документах ряда зарубежных стран.

В условиях повсеместной глобализации, когда уже не существует отдельно взятых рынков, а есть один глобальный сектор, например, мобильной связи, требуется развитие глобального регулирования. Но для этого должны быть устранены локальные преграды и препятствия и выработаны подходы, учитывающие интересы всех участников рынка.

Поэтому гармонизация требований к качеству услуг в сфере телекоммуникаций РФ с наиболее приемлемыми, прогрессивными и общепризнанными международными требованиями является не только актуальной, но и критически необходимой для успешного существования национальной телекоммуникационной сети в глобальной сети связи [39, 73, 75].

Современные общемировые тенденции в области стандартизации систем менеджмента свидетельствуют о том, что развитие стандартов на системы менеджмента происходит в направлении разработки как стандартов для различных аспектов менеджмента (экологического менеджмента, менеджмента информационной безопасности, менеджмента профессиональной безопасности и охраны труда и т.д.), так и стандартов на системы менеджмента качества для различных сфер деятельности.

Ряд международных стандартов по аспектам менеджмента и по системам менеджмента качества конкретных отраслей приняты в России в качестве национальных стандартов.

В связи с этим разработка национального стандарта, учитывающего специфику отрасли и расширяющего требования к СМК по сравнению с базовыми требованиями стандарта ИСО 9001:2015, целесообразна для обеспечения совершенствования деятельности компаний, предоставляющих услуги связи, в конкурентных условиях.

Использование стандарта позволит:

- за счет учета специфики отрасли связи при создании в соответствии с этим стандартом систем менеджмента качества организаций, представляющих услуги связи, повысить уверенность потребителей

и других заинтересованных сторон в большей результативности СМК этих организаций, а значит и в большей результативности процессов предоставления услуг;

- за счет расширения требований к СМК по сравнению с базовыми требованиями стандарта ИСО 9001 получить организациям-операторам связи конкурентное преимущество при создании СМК в соответствии с расширенным набором требований, так как реализация таких проектов работает на репутацию и имидж компании и повышает лояльность к ней клиентов [85].

В настоящее время принят стандарт на систему менеджмента качества организаций, предоставляющих услуги связи. Он устанавливает общие требования к системам менеджмента качества в сфере связи применительно к проектированию, поставке (продаже), производству (предоставлению), совершенствованию услуг связи.

Требования настоящего стандарта предназначены для всех организаций, предоставляющих услуги связи, независимо от вида собственности, размера организации и предоставляемых услуг.

При этом надо учитывать результат работы форума, объединившего поставщиков и потребителей (операторов) – QuEST Forum (Quality Excellence for Suppliers of Telecommunications Forum) – Руководства TL 9000, разработанные на базе международного стандарта ИСО 9001 с включением дополнительных требований, специфичных для области телекоммуникаций.

TL 9000. Требования к системе менеджмента качества (кн. 1) содержит требования стандарта ИСО 9001, а также ряд дополнительных «телекоммуникационных» требований, разбитых на четыре основных класса:

- общие требования;
- требования к оборудованию (Hardware);
- требования к программному обеспечению (Software);
- требования к услугам поставщика.

TL 9000. Измерения систем менеджмента качества (кн. 2) содержит набор показателей и методов их оценки.

В конкурентной борьбе способны выжить только те компании, которые могут быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде. В этой связи система менеджмента качества должна быть гибкой, быстро «настраиваемой» под изменения требований заинтересованных в деятельности организации сторон.

По сложившейся практике успешного управления требования потребителей и цели организации в области качества услуг, обслуживания реализуются в нормативной документации организации, в стандартах организации, хотя стандарты не гарантируют качество, но они являются одним из условий их достижения. Качество достигается в результате системного управления, совершенствования процессов и правильного документирования: политики и целей в области качества, руководства по качеству, описания процессов и их взаимодействия, матрицы ответственности.

Документы системы менеджмента качества компании должны соответствовать стандарту ИСО 9001. По своему содержанию стандарты не регламентируют технические требования. Они дополняют основные требования технических стандартов на услуги (продукцию). Стандарты написаны не для отрасли связи, а предполагаются для общего использования во всех отраслях. В них содержится минимальный набор требований к системе менеджмента качества, и они основываются на документировании оперативных приемов работы и методов руководства, направленных на удовлетворение требований и ожиданий потребителей. Стандарты ИСО серии 9000 не предписывают пути достижения соответствующего требования, а акцентируют внимание на результате. Требования к документации системы менеджмента качества компании в соответствии с требованиями отражены в стандарте ИСО 9001. Перечень обязательных процедур СМК приведен в том же стандарте, а основные рекомендации по их написанию – в ИСО/ТО 10013.

Внедрение системы менеджмента качества предполагает организационные и экономические изменения в организации, введение в действие процедур системы менеджмента качества. На этапе оценки предоставления услуги связи, качества обслуживания, удовлетворённости потребителей с помощью внутренних и внешних ресурсов обеспечивается уверенность в характеристиках качества услуг связи, обслуживания и достижения удовлетворённости потребителей.

На этапе подготовки к сертификации проводится апробация системы менеджмента качества, выбор органа по сертификации. На завершающем этапе независимая профессиональная организация даёт оценку достигнутых организацией результатов.

Реализация приведенной последовательности формирования системы менеджмента качества и учет особенностей её в организациях связи позволяют значительно повысить системность в управлении организацией, вовлечь большее количество работников, повысить удовлетворённость потребителей и персонала.

2.3. Методика оценки удовлетворённости потребителей услуг инфокоммуникаций

Ключевой фактор успеха организации, особенно такого сектора как услуги связи – ориентация на потребителя. Организации зависят от своих потребителей и должны понимать их настоящие и будущие запросы, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания.

Проведение обязательного мониторинга удовлетворённости собственных потребителей (клиентов, заказчиков, покупателей) – один из показателей эффективности системы управления. В качестве средства для получения объективных результатов такого мониторинга и их использования с целью внесения улучшений в систему управления используется оценка удовлетворённости потребителей [126].

Главной целью деятельности компаний-производителей оборудования связи является обеспечение удовлетворённости телекоммуникационных компаний.

Измерение удовлетворённости потребителя позволяет [23, 53, 103]:

- точно определить запросы потребителей и относительную важность этих запросов;
- понять, как потребители воспринимают организацию-производителя, и соответствует ли деятельность этой организации их запросам;
- определить приоритеты для улучшения – те области, в которых улучшение характеристик даст наибольшее увеличение удовлетворённости потребителя;
- выявить «расхождение в понимании», т.е. те области, в которых персонал компании неправильно понимает приоритеты потребителя или свои собственные возможности удовлетворить его потребности;
- установить цели улучшения обслуживания и контролировать процесс этого улучшения по коэффициентам удовлетворённости потребителя;
- увеличить прибыли за счёт увеличения лояльности потребителя и его сохранения [115] (рис. 8).



Рис. 8. Преимущества измерения удовлетворённости потребителей

Удовлетворённость потребителей – восприятие потребителями степени выполнения их требований [53, 106]:

- жалобы потребителей являются общим показателем низкой удовлетворённости потребителей, однако их отсутствие не обязательно предполагает высокую удовлетворённость потребителей;
- даже если требования потребителей были с ними согласованы и выполнены, это не обязательно обеспечивает высокую удовлетворённость потребителей.

Неудовлетворённость – основная причина того, что называется «разрушением потребителей».

Что служит причиной неудовлетворённости потребителей?

Это различие между ожиданиями и опытом потребителя. Но в корне причин такой неудовлетворённости можно увидеть от одной до пяти более мелких, которые могут быть связаны с рекламой и сообщениями по содействию сбыту, с пониманием потребителями выгоды от потребления товара и взаимодействия с организацией, её деятельностью, поведением персонала и восприятием потребителями организации в целом.

В то же время общепризнана связь между удовлетворённостью потребителей и прибыльностью организации. Залог успеха компании на рынке – удовлетворённые потребители, сохраняющие приверженность (лояльность) компании.

Без точных замеров удовлетворённости потребителей, менеджеры не могут принимать эффективных решений о том, что именно требуется улучшать в продукции и обслуживании, чтобы сохранить потребителей.

В основе управления удовлетворённостью потребителей лежит известный принцип «если можешь замерять – значит, можешь и управлять».

Замеры и мониторинг удовлетворённости потребителей качеством товаров основаны на анализе информации о мнениях и поведении потребителей.

Исследования показывают, что значительно дороже завоевать нового потребителя, чем удержать существующего. Для завоевания потребителя, как правило, необходимо сделать несколько звонков, провести несколько встреч, что, однако не гарантирует продажи товара или услуги.

Осознание того, что потеря потребителей стоит дорого, и удержание их – прибыльно, привело к разработке «схем приверженности» для удержания потребителей, успешно используемых с 1990-х гг. в практике западноевропейских стран и США. Схемы приверженности – это планы действий по обеспечению клиентам режима наибольшего благоприятствования, разработанные на основе точной и своевременной информации о потребностях и желаниях потребителей.

Менеджеры, ответственные за качество продукции и обслуживание и заинтересованные в том, чтобы их компания обеспечивала хорошее качество продукции и сервис, могут компетентно проверять свою работу также с помощью исследования на существующих потребителях. Результаты такого исследования выявляют приоритеты для улучшения, которые затем используются в работе по управлению качеством как исходный уровень.

Если на основе выявленных приоритетов предпринимаются эффективные действия, компания, формируя представления о ценностях своих потребителей, может повысить показатели их удержания.

При оценке удовлетворённости важно не ограничиваться только показателем удовлетворённости, организация сможет получить значительно больше информации для анализа, принятия решения, если будет использовать и такие обобщённые инструменты оценки, как, например, оценка уровня развития организации, оценка поставщиков, оценка уровня мотивации персонала, взаимоотношение с клиентами [53].

Также используются более частные шкалы, применяемые с учётом конкретных параметров продукции, рынков сбыта и условий конкуренции.

- шкалы удовлетворённости покупателя;
- шкалы лояльности покупателя;

- шкалы необходимых улучшений;
- шкала Ожидания/Оценка;
- индекс намерений о повторной покупке и др.

Индекс удовлетворённости потребителей (Customer Satisfaction Index - CSI) - инструмент для внешнего и внутреннего анализа удовлетворённости потребителя продукцией и услугами компании. Индекс является универсальной и гибкой методикой для исследования в любой отрасли бизнеса. Данный показатель отражает отношение потребителя и может отличаться от уровня продаж и доли продукта на рынке. Расчет индекса удовлетворённости позволяет выявить значение и соотношение цены, качества, доступности и других факторов, влияющих на лояльность потребителя (рис. 9).

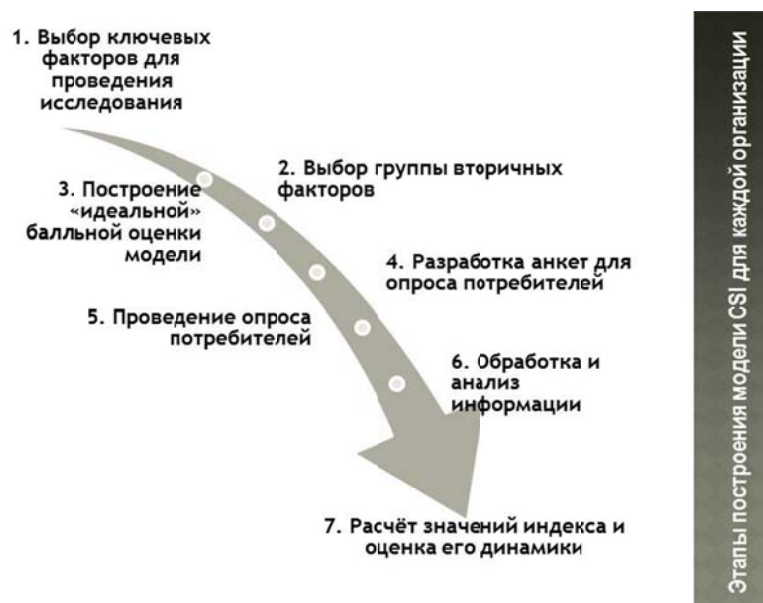


Рис. 9. Этапы построения модели CSI

CSI является инструментом управления лояльностью и удовлетворённостью потребителей. Он явно отражает изменение положения компании относительно предпочтений и взглядов их текущих и

потенциальных клиентов. Однако для корректного и эффективного использования CSI необходимо правильно выявить, отобрать и расставить приоритеты в отношении факторов, формирующих модель. В противном случае изменение индекса может привести к принятию некорректных управленческих решений. Добиться качественного выбора можно путем предварительной диагностики компании и постоянного мониторинга реакции действующих менеджеров организации на изменения рынка. В случае, когда соблюдены два условия: отобраны верные ключевые факторы, корректно проставлены балльные оценки и расчеты проведены в оговоренный промежуток времени - такой показатель, как CSI позволяет детально разобраться в проблемных зонах и, напротив, усилить положительное воздействие компании на ее успешные функции.

Управление взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management – CRM) – основа новых отношений с клиентами. Как самостоятельная бизнес-стратегия CRM начало развиваться не так давно, но является одной из наиболее динамично развивающихся концепций в мировом бизнесе. С ее помощью компании пытаются дифференцировать себя на современном конкурентном рынке, найти дополнительные возможности увеличения доходов и прибыли за счет роста клиентской базы, объема услуг и повышения качества обслуживания [31, 34, 71, 90, 92, 104].

Проведенные исследования показали, что для построения высокоэффективной компании необходим комплексный стратегический подход к управлению взаимоотношениями с клиентами. Внедрение CRM-системы без привнесения значительных инноваций и изменений в существующие процессы отношений с клиентами, как правило, оказывает менее существенное влияние на конкурентоспособность и финансовые показатели компании [86].

Однако, несмотря на понимание важности проблемы, многие фирмы даже не знают численности своих клиентов. Службы, изучающие удовлетворённость потребителей, часто исследуют данные опросов,

утверждая, например, что «90% наших потребителей относительно или вполне удовлетворены обслуживанием». Обе эти группы, по-видимому, представлены постоянными клиентами, но лишь полностью удовлетворенные готовы рекомендовать вашу организацию своим знакомым.

Телекоммуникационные компании, чей бизнес традиционно ориентирован на массовое обслуживание, были в числе первых, оценивших возможные выгоды комплексного управления взаимоотношениями с клиентами и начавших его практическую реализацию.

Российский рынок связи в силу исторических предпосылок оказался готов к практическому внедрению CRM только недавно. Первоочередные задачи операторов как мобильной, так и фиксированной связи были связаны с необходимостью создания или обновления современной сетевой инфраструктуры и ликвидации традиционного технологического разрыва в этой области. К тому же до недавнего времени невысокий интерес к управлению взаимоотношениями с клиентами был обусловлен отсутствием серьезных потребностей в CRM у большинства компаний в силу ряда российских особенностей, что отображено на рис. 10 [53, 86].

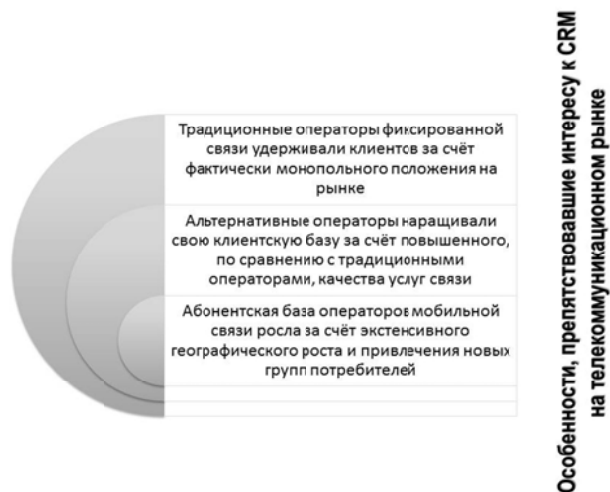


Рис. 10. Особенности, препятствовавшие интересу к CRM на телекоммуникационном рынке России

Однако в настоящее время большинство из этих факторов уже перестали или скоро перестанут действовать: в фиксированной связи происходит выравнивание технических возможностей традиционных и альтернативных операторов, исчерпываются возможности экстенсивного роста, и приближается к пределу проникновение мобильной связи (в Москве оно уже превысило 100%). Это вынуждает компании обратить значительно больше внимания на построение комплексной стратегии управления взаимоотношениями с клиентами. Анализ российского рынка показывает, что ключевые игроки уже начали реализацию соответствующих планов. Чаще всего эти изменения начинаются с внедрения в компаниях CRM-приложений. Правда, иногда изменения этим и ограничиваются [86].

CRM - всеобъемлющий подход, призванный обеспечить завязывание, сохранение и всемерное углубление отношений с покупателями.

CRM нельзя рассматривать лишь как систему, относящуюся исключительно к торговле и маркетингу. Она не входит целиком в сферу компетенции группы по обслуживанию потребителей. Это и не изобретение сотрудников, отвечающих за информационно-технологическое их обеспечение. Хотя на каждой из этих служб в соответствующей организации и может лежать груз ответственности за CRM, сама по себе система как инструмент бизнеса должна затрагивать все его стороны.

Если CRM отдается в исключительное распоряжение какого-либо одного функционального подразделения организации, допустим, информационно-технологического, то отношения с потребителями непременно страдают. Например, если при планировании CRM какое-нибудь подразделение выпадает из поля зрения, то риску подвергаются те самые отношения с потребителями, ради сохранения которых данная система и создавалась.

Эффективная CRM должна распространяться на все сферы деятельности организации.

CRM представляет собой систему взглядов и норм отношений с потребителями. Здесь допустим также термин «стратегия», так как должным образом построенная CRM предполагает наличие четкого плана. В самом деле, мы полагаем, что для любой стратегии организации исходной должна быть именно CRM. Иная организационная стратегия, не отвечающая задачам формирования, сохранения и расширения отношений с потенциальными покупателями, не годится, так как не приносит в этом пользы.

Стратегия определяет направление развития организации. И любая будет ошибочной, если создаст помехи отношениям с потребителями, направляя усилия организации по ложному пути.

Реализовав свою стратегию построения CRM, можно собрать и проанализировать сведения о потенциальных покупателях, особенностях их возможного спроса. На основании собранной исчерпывающей информации вы сможете понять и предвидеть поведение покупателя. Эффективность маркетинга (если оценивать ее по привлечению новых покупателей данной продукции и росту продаж постоянным клиентам) существенно возрастает, если ведется активный сбор данных о потребителях. Удовлетворенность покупателей также растет, если при общении с ними продавцы вооружены знанием их потребностей и вкусов.

Потребители стремятся вести дела с теми организациями, которые понимают их желания и потребности. В каком бы звене организации вы ни работали, CRM будет действовать и там, помогая выстраивать связи более эффективно. За счет этого вы сможете сократить издержки при одновременном расширении присутствия на рынке ваших товаров и услуг.

Измерение удовлетворенности потребителя близко связано не только с маркетинговыми исследованиями, но также с системой менеджмента качества и производительности (особенно на «business-to-business» рынках) [103].

В том случае, если компания действительно намерена проводить улучшения, исследования удовлетворенности позволят указать не только «зоны роста», но и наиболее эффективные для приложения ваших сил

направления. Актуален данный вид исследований и для организаций сетевых форматов, для которых важно выдерживать одинаково высокий уровень качества товаров/услуг во всех своих точках продаж.

В ходе качественного исследования определяется, какие параметры имеют отношение к потребителям, затем проводятся [53]:

- измерения относительной важности каждого элемента;
- оценки работы компании по каждому из параметров;
- определение необходимости улучшений в каждом секторе;
- сегментирование потребителей по их потребностям;
- разработка четких рекомендаций по улучшению продукта/сервиса.

Очень часто при измерении удовлетворенности потребителя упускается из вида тот факт, что товар/услуга может быть превосходно произведена, но в то же самое время может не удовлетворять нужды потребителя, более того, может не выдерживать конкуренции.

Мониторинг удовлетворенности потребителя может служить эффективным индикатором сегодняшних неполадок в бизнесе (а также указывать пути их исправления).

Стандарт ГОСТ Р ИСО 9004-2010 (Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества. - национальный стандарт, идентичен международному стандарту ISO 9004:2009 «Managing for the sustained success of an organization — A quality management approach») в качестве одного из показателей эффективности системы менеджмента качества предписывает проведение обязательного мониторинга удовлетворенности собственных потребителей (клиентов, заказчиков, покупателей). Более того, в соответствии с требованиями п. 8.2.1. стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015, налаженная процедура измерения удовлетворенности потребителя является обязательным элементом системы менеджмента качества. В качестве средства для получения объективных результатов такого мониторинга и их использования с целью внесения

улучшений в систему менеджмента качества используются маркетинговые исследования.

Общепризнана связь между удовлетворённостью потребителей и прибыльностью организации. Залог успеха компании на рынке - удовлетворенные потребители, сохраняющие приверженность компании. Как же отслеживать удовлетворённость и поддерживать приверженность потребителей, иными словами, как управлять ею?

Маркетинговые исследования - это сбор и анализ информации о движении продукции/услуг от производителя к потребителю. Причина, по которой используют исследования, - снижение неполноты и несовершенства процесса принятия решений. Результаты исследований дают факты, необходимые для маркетинговых решений и определяют пространство и местонахождение рынка конкретной продукции/услуги.

Без точных замеров удовлетворённости потребителей менеджеры не могут принимать эффективных решений о том, что именно требуется улучшать в продукции и обслуживании, чтобы сохранить потребителей.

Замеры и мониторинг удовлетворённости потребителей качеством товара, основанные на анализе информации о мнениях и поведении потребителей, определяют требования к качеству услуг связи. Это определено международными стандартами управления. Стандарты управления Международного института стандартизации и рекомендации Международного союза электросвязи формируют основу сертификации организаций, что является гарантией качества для потребителей. Таким образом стандарт способствует движению организаций в направлении непрерывного улучшения для достижения «нуля дефектов».

В среднем компании через свои «дыры» ежегодно теряют 10-30% своих потребителей, но лишь немногие знают: *кого теряют, когда, почему, каков объем таких потерь.*

Удовлетворённость потребителей определяется качеством товара. Под «товаром» и его «качеством» понимается следующее:

- товар - это все то, что может удовлетворить желания или потребности потребителей, товаром могут быть физические объекты, услуги, лица, местоположение, организации и идеи;
- качество товара - его способность выполнять предназначенные функции. Очевидный фактор хорошего качества товара - улыбка на лицах покупателей, свидетельствующая об их удовлетворённости. Однако этого не достаточно для суждений о его качестве и не даёт уверенности в том, что покупатели и в будущем будут выбирать этот товар.

Организации часто сталкиваются с дилеммой: опрашивать существующих потребителей компании для выявления уровня их удовлетворённости или предпринимать более сложное исследование для выявления репутации компании на рынке? Последнее требует выборки из всех потребителей на рынке, чтобы получить оценку своей организации в сравнении с конкурентами.

Исследование по оценке удовлетворённости потребителей подходит организациям, которые могут достичь своих целей, поддерживая удовлетворенными уже имеющихся потребителей их товара.

Преимуществом такого исследования является то, что легче выполнить его, используя в некоторых случаях даже анкетирование, чем провести исследование репутации компании. Это важно для организаций, чьи ресурсы не позволяют пользоваться услугами профессионального специализированного агентства.

Такое исследование позволяет [53]:

- замерить удовлетворённость товаром в целом;
- сравнить представления персонала с ожиданиями потребителей;
- выявить приоритеты, влияющие на улучшения;
- обеспечить базовыми данными для работы системы управления качеством;
- повысить показатели удержания потребителей;

- обобщить ценности потребителей;
- придерживаться требований стандарта ИСО 9001:2015.

Исследования по оценке удовлетворённости потребителей товаром должны выявлять успешность организации в достижении главной задачи на рынке – «делать лучше всех то, что наиболее значимо для потребителей». Для этого при проектировании исследования следует ориентироваться на решение двух важных задач [53]:

- предоставить потребителям возможность определить значимые для них критерии при выборе поставщика товара и оценить критерии качества товара, сформированные в организации с позиций их важности для потребителей;
- выявить комплекс критериев, влияющих на выбор поставщика товара. Для этого в исследовании выделяют два этапа: вначале выясняют, как потребители воспринимают деятельность организации по каждому критерию, а затем, используя ту же шкалу, сравнивают деятельность организации и приоритеты потребителей, что позволяет увидеть, делает ли в действительности компания то, что значимо для ее потребителей.

Удовлетворённость потребителей – это осознание потребителями, и оно может подтверждаться или не подтверждаться реальной ситуацией. Известно, что люди формируют установки (отношение) быстро, а меняют их медленно. Замеры удовлетворённости потребителей – это оценка того, как потребители воспринимают деятельность организации в качестве поставщика продукции. Поэтому в этих случаях нельзя полагаться на информацию, созданную внутри организации, как на руководство по завоеванию успеха у потребителей. Экономическое понятие «независимость потребителя», предполагающее выбор на рынке, свободном от ограничений, требует ориентации в организации потребителей и при производстве товара, при принятии решений о его новых версиях, каналах его распространения и т.д. Ориентация на потребителей означает, что необходимо не только идти в ногу с их потребностями, но «оживлять» им «в угоду» все функции бизнеса: маркетинг,

производство, научные исследования, системы привлечения потребителей, их мотивацию, что и является на деле маркетинговой ориентацией организации.

В связи с тем, что предпочтения потребителя основаны на значимых для него различиях между конкурентными предложениями, ожидания потребителя внутренне связаны с тем:

- что предлагают конкуренты (известные или потенциальные);
- что было обещано;
- что представляется разумным исходя из прошлого или сходного опыта;
- каков убыток в зависимости от цены и затрат умственных и физических усилий.

Очевидно, что лояльность потребителей базируется на удовлетворённости. Поэтому одним из важнейших вопросов является то, каким образом измерять степень удовлетворённости потребителей продукции организации-производителя.

Ключевой основой для создания лояльности и достижения долгосрочного финансового успеха являются полностью удовлетворённые потребители. При этом надо учитывать разницу между просто удовлетворёнными потребителями и полностью удовлетворёнными потребителями. Особенно это ощутимо для компаний, работающих в высоко конкурентных индустриях. Полное удовлетворение потребителей может быть единственным путём достижения лояльности потребителей.

Важно отметить в связи с этим, что качество продукции или услуг очень часто не является главной причиной низкой степени удовлетворённости потребителей. Чаще всего организации не способны возратить потребителя после того, как он приобрёл негативный опыт общения с компанией.

Исследования, проведённые в компаниях AT&T, Rank Xerox, The Royal Bank of Scotland и др., показывают, что 95% потребителей, поставивших отметку «отлично» и «очень удовлетворён», впоследствии остаются

лояльными компаниями по сравнению с 65% лояльных потребителей от тех из них, кто отметил «хорошо» или «удовлетворительно».

Поэтому во многих компаниях, имеющих опыт измерения удовлетворённости потребителя, только «высшие оценки» деятельности компании считаются приемлемыми.

Для получения реальных выгод от учёта мнения потребителей необходимо создавать на предприятии постоянно совершенствующуюся систему менеджмента качества, которая будет способна саморегулироваться и подстраиваться под текущие способы производства и конъюнктуру рынка.

Соответствие запросам потребителей и их удовлетворённость являются похвальными достижениями, однако этого может оказаться недостаточно для завоевания рынка, когда имеется один или более конкурентов, имеющих удовлетворенных потребителей и превышающих их запросы. Концепция о конкурентных преимуществах для одних организаций может иметь большее значение, чем для других, однако для тех из них, кто работает на рынках с очень большой конкуренцией, настоятельно рекомендуется рассмотреть возможность применения некоторых идей, изложенных в стандарте ИСО 9004-2015.

Во введении стандарта ИСО 9004-2015 говорится: для того чтобы удовлетворить потребности и ожидания потребителя и конечного пользователя, руководство организации должно выполнить следующее:

- понять потребности и ожидания своих потребителей, включая потенциальных потребителей;
- определить те характеристики продукции, которые являются ключевыми для потребителей и конечных пользователей;
- определить и оценить уровень конкуренции на рынке,
- определить возможности рынка, слабости и будущие конкурентные преимущества.

Раздел 5 стандарта ИСО 9004-2010, посвященный ответственности руководства, написан более подробно. В разделе о планировании пункт 5.4.1 посвящен «целям обеспечения качества».

Цели должны предоставлять возможность их измерения, чтобы руководству было проще осуществлять рациональную и эффективную оценку. При установлении этих целей руководство должно учитывать следующее:

- удовлетворённость заинтересованных сторон;
- установление контрольных уровней, изучение конкурента, возможности улучшений.

Раздел 8 стандарта ИСО 9001-2015 посвящен «измерению, анализу, улучшению». В стандарте ИСО 9004-2010 этот тезис также детализирован. В одном из его параграфов пункт 8.2.1.2 называется «Измерение и контроль удовлетворённости потребителя» и в нем говорится следующее.

Измерение и контроль удовлетворённости потребителей базируется на изучении связанной с ними информации. Сбор такой информации может быть активным или пассивным. Руководство должно осознавать, что имеется множество источников информации, связанной с потребителями, и должно установить рациональный и эффективный процесс сбора, анализа и использования этой информации для улучшения характеристик организации. Организация должна определить источники информации, связанной с потребителями и конечными пользователями и поступающей от внутренних и внешних источников в доступной письменной или устной форме. Например, информация, связанная с потребителем, может включать следующее:

- опросы потребителей и пользователей;
- обратная связь по характеристикам продукции;
- информация по запросам потребителей и по контрактам; потребности рынка;
- данные по обслуживанию поставок;
- информация о конкуренции.

Для организации важно правильно оценивать фактический уровень удовлетворённости и проследить его изменения. Подходить к решению этого вопроса можно по-разному, например, для этих целей ФГУП «РЧЦ ЦФО» был выбран метод анкетирования клиентов через Интернет-сайт организации и посредством адресной рассылки анкеты клиентам организации, а также при непосредственном контакте в ходе посещения клиентом организации. Результаты анкетирования обрабатываются ежеквартально, что позволяет своевременно реагировать на запросы потребителей, а также совершенствовать процессы обслуживания клиентов [50].

Оценивать удовлетворённость потребителей можно комплексно, по интегрированным значениям или по отдельным признакам. В ФГУП «РЧЦ ЦФО» оценка проводилась по критерию «несвоевременное оформление документов персоналом организации». В результате постоянно принимаемых мер уровень несвоевременно оформленных документов персоналом удается фиксировать и изменять [50].

При проведении оценки удовлетворённости можно получать информацию, необходимую для коррекции номенклатуры, сроков оказания услуг, тарифов, обслуживания клиентов. Реализация этого подхода позволила организации оптимизировать принимаемые решения для обеспечения регулирования применения радиочастот и радиоэлектронных средств, сделать более открытыми взаимодействие исполнитель-потребитель услуги.

Другой пример применения оценки удовлетворённости потребителей. Программа удовлетворённости Orange Business Services. Она базируется на анкетировании по 10 ключевым направлениям взаимодействия с заказчиком. В качестве ключевой задачи рассматривается постоянно увеличивающийся уровень удовлетворённости. В зависимости от уровня удовлетворённости, который определяется по результатам анкетирования, выделяются действия, которые необходимо осуществить немедленно с привлечением топ-менеджеров, и действия, которые необходимо осуществить в последующем [26].

Известно, что на то, чтобы вернуть потребителя, которого не устроили предоставленные услуги, требуется больше времени, ресурсов, чем на выстраивание долгосрочных отношений. Поэтому результат постоянного мониторинга удовлетворённости - это экономия ресурсов, не потраченные доходы и вновь полученные доходы.

Операционный параметр - удовлетворённость заказчиком - принимает стратегическое значение.

Еще один пример, подтверждающий важность для организации объективно, достоверно и профессионально оценивать удовлетворённость потребителей. Так, при оценке удовлетворённости потребителей услуги «Международная телефонная связь» одной из телекоммуникационных компаний Центром сертификации услуг связи было установлено, что уровень удовлетворённости по методике, принятой организацией, полностью соответствовал принятому в организации нормативу и даже превышает его (норматив - 4 балла по 5-балльной шкале).

Однако в ходе сертификации услуги связи независимая организация, выполняющая работы в этой сфере, обратила внимание руководителей на то, что критерии, по которым организация заказала исследование, не в полной мере позволяют дать комплексную интегрированную оценку удовлетворённости клиентов, а если учитывать все необходимые показатели, фактическая удовлетворённость будет ниже 4-х. В результате реализации разработанных мероприятий и правильной оценки фактического уровня удовлетворённости компания, предоставляющая услуги связи, сможет повысить лояльность клиентов и получить значительный экономический эффект.

Подходы и методики оценки удовлетворённости потребителей могут быть различными в зависимости от целей исследования. В Приложении 5 приводятся методики и примеры оценки удовлетворённости потребителей, в разработке и проведении которых автор принимал участие.

В Приложение 5 приведён пример оценки удовлетворённости потребителей организации, выпускающей телекоммуникационное оборудование. Её потребителями являются операторы связи. В Приложении 6 приводится методика и оценка удовлетворённости потребителей услугой одного из операторов, здесь потребителями являются физические лица и организации.

Услуги связи стали важнейшей частью тех благ, которые получают граждане в любой стране. Более того, они стали определять уровень благосостояния граждан, их возможности в работе и досуге. Поэтому задача определить уровень удовлетворённости потребителей из задачи для корпоративного управления становится задачей для управления на муниципальном, региональном уровне. Все операторы работают в одинаковых условиях, используя инфраструктуру, оборудование, но при этом качество и тарифы услуги порой существенно отличаются друг от друга.

Качество услуги связи, удовлетворённость потребителя должны в полной мере отвечать современным требованиям, что возможно только в том случае, когда по этим критериям обеспечивается прослеживаемость результатов деятельности операторов связи на муниципальном, региональном уровне.

Как обеспечить полной информацией о реальном положении с качеством услуг связи, об удовлетворённости потребителей муниципальные и региональные органы власти? Мировая практика показывает, что этого можно достигнуть регулярными исследованиями, мониторингом уровня удовлетворённости потребителей услуг.

Считается, что инструмент измерения удовлетворённости потребителей качества услуг первой ввела Швеция. Шведский барометр удовлетворённости потребителей ведётся с 1999 г. Вслед за Швецией оценкой удовлетворённости начали заниматься в Германии, Бельгии, Дании, Финляндии, Франции, Греции, Португалии, Испании. В этих странах создаются Программы измерения индекса удовлетворённости потребителей и регулярно проводятся

исследования. По аналогии может быть создана Программа измерения индекса удовлетворённости потребителей на муниципальном, региональном уровне.

Важно понимать цели таких программ. Очевидно, они должны создаваться для защиты потребителей, оказания им информационной помощи и получения необходимой информации для корректировки политики управления на муниципальном, региональном уровне. И, конечно, не менее важное значение имеет методология проведения исследования, выбор исполнителя. В части оценки удовлетворённости потребителей такой организацией, например, могли бы быть Ассоциация управления качеством связи и информатизации «Международный конгресс качества телекоммуникаций», располагающаяся в Москве, структура, которая имеет большой опыт проведения работ в области оценки удовлетворённости.

Если принцип ориентирования на заказчика претворён, то:

- потребности заказчика будут понятны во всей организации;
- цели самой организации напрямую связаны с ожиданиями заказчика;
- улучшается способность организации выполнить потребности заказчика в ежедневной работе;
- сотрудники обеспечиваются необходимыми знаниями и навыками для удовлетворения потребностей заказчика.

Выводы по Главе II

1. В условиях кризиса возрастает значение правильной организации системы контроля деятельности. Системный подход к реализации важнейшей функции управления контролем обеспечивает применение международного стандарта ИСО 9001.

2. Эффективная система менеджмента, построенная на принципах и требованиях международного стандарта ИСО 9001, реально повышает эффективность деятельности организации и национальной экономики.

3. Как показывают исследования, наибольший удельный вес эффективных систем менеджмента приходится на промышленно развитые страны Запада. На примере развития стран Юго-Восточной Азии можно увидеть закономерность: активное применение эффективных систем менеджмента способствует эффективному развитию национальных экономик.

4. Применение международного стандарта, сертификация на соответствие его требованиям - сложившаяся закономерность мировой экономики. Реализация этой закономерности обеспечивает эффективность деятельности организаций, национальных экономик.

5. Созданию, функционированию эффективных систем менеджмента содействует макроэкономическая политика государства. Государственные и региональные органы управления должны поддерживать и развивать практику как создания эффективных систем менеджмента, так и их оценки через сертификацию.

6. В связи с тем, что существует непосредственная связь между обеспечением эффективности организации и применением международного стандарта ИСО 9001: чем большее количество компаний будет активно применять эту практику, тем эффективнее будет регион, национальная экономика. Важно обеспечить со стороны государства активную информационную и финансовую поддержку.

7. Как показывает опыт многих стран мира, выделение финансовых ресурсов в объеме, необходимом для проведения работ по разработке,

внедрению, сертификации системы менеджмента качества или разрешение организациям уменьшать общую сумму уплачиваемых налогов на величину производимых организациями расходов на внедрение и сертификацию систем управления после подтверждения их соответствия требованиям международных, национальных стандартов третьей стороной, аккредитованной надлежащим образом, будет способствовать повышению эффективности систем менеджмента и в целом деятельности организаций [37].

8. Главная цель системы менеджмента качества - демонстрация способности организации последовательно удовлетворять запросы потребителей и нацеливать деятельность всей организации на непрерывное улучшение удовлетворённости потребителей. Поэтому становится важным регулярно и постоянно проводить исследования удовлетворённости потребителей.

9. Стандарт ИСО 9004-2010 прочно основывается на важной роли непрерывного улучшения в системе менеджмента качества и вводит концепцию заинтересованных сторон и конкурентных преимуществ.

10. Удовлетворённость потребителей относительна. Наличие удовлетворенных потребителей может оказаться недостаточным, если потребители ваших конкурентов очень удовлетворены. Так как коэффициент удовлетворённости дает меру преуспевания организации в удовлетворении запросов потребителей, общая характеристика организации может быть зафиксирована по всем отраслям промышленности при условии проведения поискового исследования и основного исследования, основанного на важных для потребителей аспектах. Сравнение с непосредственными конкурентами может также оказаться полезным для организаций, работающих на рынках с очень большой конкуренцией.

Некоторые организации более успешны в удовлетворении своих потребителей, чем другие. Наиболее успешные из них:

- имеют представителей высшего руководства, которые придерживаются единства слова и дела в отношении удовлетворения потребителей;
- постоянно напоминают сотрудникам о важности потребителей;
- используют точные методологии для измерения удовлетворённости потребителей;
- обеспечивают широкую обратную связь с сотрудниками и потребителями по результатам исследования;
- очень быстро после окончания исследования принимают решения о приоритетах для улучшений и реализуют эти решения;
- в промежутках между исследованиями поддерживают сосредоточенность внимания каждого из сотрудников на удовлетворении потребителей.

Организации, преуспевающие в удовлетворении своих потребителей, приобретают следующие преимущества:

- лояльность потребителей;
- повторный бизнес и рекомендованные потребители;
- хорошие результаты операций, такие как доход и доля на рынке;
- конкурентное преимущество.

Другими словами, удовлетворённость потребителя окупается. В соответствии со стандартом ГОСТ Р ИСО 10014-2008 ожидаемый эффект заключается в [82]:

- повышении доходов;
- повышении конкурентоспособности;
- дополнительном привлечении, удерживании и лояльности потребителя;
- улучшении работы в цепи поставок;
- сокращении срока выхода на рынок;

- расширении деятельности, повышении надёжности и устойчивости организации.

11. Там, где в организациях постоянно и регулярно проводятся исследования уровня удовлетворённости, организация получает возможность своевременно вносить изменения в стратегию и тактику управления, что позволяет сэкономить ресурсы, сохранить клиентов, доходы, упрочить свои позиции на рынке.

12. Исследования показывают, что оценка удовлетворённости потребителей, ещё не стала нормой для большинства организаций, а там где осуществляется, часто носит не комплексный характер, а отражает отдельные критерии удовлетворённости.

13. Постоянная оценка удовлетворённости потребителей важна в управлении не только для оценки собственной деятельности, но и для оценки достигнутых результатов деятельности конкурентов.

14. Правильная, объективная оценка фактического уровня удовлетворённости важна для целей планирования, маркетинга, организации технологий. При этом важно понимать не только достигнутые результаты по отдельным критериям, отражающим удовлетворённость, но и по комплексному интегральному показателю, обеспечить постоянное наблюдение, контроль за динамикой результатов. Наибольших результатов удастся достигнуть, когда данная работа поручается сторонней организации, профессионально выполняющей эти работы, не заинтересованной в искажении результатов.

15. В информации по объективной оценке удовлетворённости потребителей заинтересованы органы местного, регионально управления. Мониторинг качества услуг связи выступает в современных условиях важной частью муниципального, регионального управления. Своевременная информация об удовлетворённости потребителей поможет объективно определять цели, задачи, условия достижения поставленных целей и корректировать текущую политику.

16. Применяя дополнительно к оценке удовлетворённости оценку уровня развития организации поставщиков, мотивации персонала, взаимоотношений с клиентами, компании получают большие возможности анализировать среду, результаты деятельности, принимают верные решения для удовлетворённости потребителей услугами связи.

Глава III. Организационно-методические аспекты совершенствования системы оценки менеджмента качества в инфокоммуникациях

3.1. Внедрение и оценка системы менеджмента качества в инфокоммуникациях

Стандарт ИСО 9001:2015 содержит положения, позволяющие разработать и внедрить систему менеджмента качества (СМК) на предприятии. Успех может быть достигнут в результате внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, разработанной для постоянного улучшения деятельности с учетом потребностей всех заинтересованных сторон.

В процессе создания, развития системы менеджмента качества особенно актуальным становится вопрос её оценки. Этот вопрос встает, как минимум, дважды на предприятии. Когда начинают разработку системы менеджмента качества и приходят к мысли сертифицироваться, задается вопрос: а что нам это даст? И второй раз этот вопрос встает после того, как система разработана, внедрена и чаще всего сертифицирована, так как одно из обязательных требований стандарта ИСО – это постоянный анализ результативности системы менеджмента качества. Здесь уже организация хочет знать, а что же она получила.

Мотивация проведения оценки СМК может быть обусловлена и другими причинами, среди которых наиболее часто встречаются:

- требование потребителя, желающего удостовериться в способности организации удовлетворять его потребности по качеству;
- желание организации получить публичное признание высокого качества своей продукции, повысить свою престижность и конкурентоспособность;

- требования стандартов ИСО серии 9000, в соответствии с которыми разработана и внедрена СМК, и требования процедур сертификации СМК;
- желание руководства организации оценить соответствие своей СМК стандартам, результативность и эффективность системы;
- определение путей непрерывного улучшения СМК, при этом оценка становится основой процесса улучшения.

Учитывая, что СМК является частью системы менеджмента организации, направленной на достижение результатов, удовлетворяющей потребности и ожидания потребителей и других заинтересованных сторон, оценка СМК может включать в себя три составляющие: результаты деятельности организации, процессов, системы менеджмента качества. Однако достаточно часто оценки касаются только СМК (как правило, оценивается её результативность) или оцениваются отдельные процессы (результативность и/или эффективность).

В зависимости от целей оценивания в настоящее время используются различные способы оценки СМК:

- *аудит (проверка) системы менеджмента качества;*
- *анализ системы менеджмента качества;*
- *самооценка.*

Аудиты применяются для оценки результативности системы менеджмента качества и определения возможностей ее улучшения, для определения степени выполнения требований к системе менеджмента качества, выявления несоответствий в системе и поиска всех причин выявленных несоответствий с последующим проведением корректирующих мероприятий [57]. При этом различают внутренние аудиты и внешние аудиты. Нормативной основой для аудита являются стандарты ИСО на СМК и соответствующая документация организации.

Внешний аудит включает в себя аудиты, обычно называемые «аудитом второй стороной» - проводится заинтересованными в деятельности

организации сторонами, например, потребителями или другими лицами от их имени, или «аудитом третьей стороной» - проводится органом, признаваемым независимым от первой и второй сторон в рассматриваемом вопросе.

Внутренний аудит («аудит, проводимый первой стороной») проводится обычно самой организацией для внутренних целей. Независимость внутреннего аудита может быть продемонстрирована освобождением от ответственности за проверяемую деятельность (рис. 11).

Виды аудитов систем менеджмента качества



Рис. 11. Виды аудитов СМК

Внутренний аудит как постоянная деятельность в системах менеджмента качества складывается из конкретных аудитов, осуществляемых в рамках определенных заданий [57].

Чем эффективнее функционирует внутренний аудит систем менеджмента, тем больше вероятность успешного прохождения внешнего аудита.

Согласно требованиям стандарта ИСО 9001, внутренние аудиты являются обязательной процедурой. Задача аудита – сбор доказательств, подтвержденных фактами, которые позволят сделать вывод о состоянии

системы менеджмента качества, основанном на достоверной информации. Цель аудита - проверка эффективности программ управления, осуществляемых руководством. Философия программ обеспечения качества основывается на предотвращении проблем прежде, чем они обнаруживаются [4]. А там, где проблемы уже есть, особое значение приобретают раннее выявление проблемы, ее глубина и поиск ее коренной причины.

Проведение аудита качества обеспечивает руководство обратной связью, основанной на фактах, давая ему возможность принимать обоснованные решения. Аудит должен быть выгодным для службы, которая проверяется [32].

Конкретные цели аудита состоят в том, чтобы определить [57]:

- соответствие услуг (продукции) своему назначению;
- существование и применение соответствующих письменных процедур;
- строгое соблюдение нормативных и законодательных требований;
- выявление недостатков в услугах (продукции) или системах управления;
- выполнение технических условий;
- положительный результат от корректирующих воздействий;
- сбор информации для идентификации и снижения рисков;
- отслеживание эффективного и неэффективного применения ресурсов организации;
- существование методов улучшений.

Философия аудита должна основываться на следующем: аудиторы должны обнаруживать факты, а не просто фиксировать ошибки, и аудиты не должны проводиться скрытно. Эффективность и полнота аудита сильно зависят от квалификации и опыта аудитора. Проверяемый – это неформальный потребитель аудита. Услуги, предоставляемые проверяемой организацией, – это отчет об аудите, предназначенный, прежде всего, для целей улучшения.

Внимание аудита должно быть сосредоточено на наиболее важных областях деятельности организации и, прежде всего, на его заведомо слабых местах [57]. Стандарт ИСО требует наличия документированной процедуры внутреннего аудита, в которой должны быть определены и установлены критерии оценок при аудите, области распространения аудита, частота и методы его проведения. Критерии, частота и методы аудита должны быть установлены в процедуре по проведению аудита, а область распространения – в документах, устанавливающих порядок проведения аудита в каждом конкретном случае.

Существуют восемь организационных принципов внутреннего аудита [51]:

- принцип единообразия – каждая аудиторская проверка осуществляется по единой официально установленной процедуре;
- принцип системности – планирование и проведение аудиторских проверок по различным видам деятельности и процессам осуществляется с учетом установленной их структурной взаимосвязи в системах менеджмента;
- принцип документированности – проведение каждой аудиторской проверки определенным образом документируется для обеспечения сохранности и сравнимости информации о фактическом состоянии объекта;
- принцип предупредительности – каждая аудиторская проверка планируется, и персонал проверяемого подразделения заранее уведомляется о цели, объекте, критериях, времени и методах проведения аудиторской проверки;
- принцип регулярности – аудиторские проверки проводятся с определенной периодичностью с тем, чтобы все процессы системы и все подразделения были объектом постоянного анализа и оценивания со стороны руководства;

- принцип доказательности – процедуры, используемые в аудиторских проверках, должны обеспечивать надежность заключений по результатам этих проверок;
- принцип открытости – результаты каждой аудиторской проверки носят открытый характер, т.е. являются доступными для ознакомления любым сотрудником проверенного подразделения;

Организация должна проводить аудиторские проверки периодически в запланированное время, с этой целью составляется Программа аудита (годовая или на какой-то другой период времени), которая разрабатывается руководителем службы внутреннего аудита и утверждается уполномоченным представителем руководства по качеству.

Программа аудита разрабатывается с учетом статуса и значимости процессов и видов деятельности, реализуемых в системах менеджмента, а также результатов предыдущих проверок.

Аудит должен всегда проводиться независимыми аудиторами, а его результаты отражаться в отчетах и докладываться руководству. Независимость аудита означает, что аудитор не имеет права проверять то подразделение, в котором он работает. Необходимо, чтобы отчеты содержали выводы по результатам проведения аудита. Эти выводы должны быть доложены руководству, которое затем на их основе принимает решения по разрешению выявленных при аудите проблем.

При проведении проверок в ходе аудита применяются вопросники (контрольные листы). О проведенной проверке аудиторы обязаны составлять подробные отчеты. Руководство обязано предпринимать в разумные временные сроки необходимые действия на основе выводов аудиторов. После их принятия требуется оценить эффективность корректирующих действий. Поэтому аудиторы должны знакомиться с результатами предыдущих аудитов, чтобы иметь возможность проверить, все ли корректирующие действия выполнены и принесли должный эффект.

Аудиты в соответствии с целями можно сгруппировать следующим образом:

- аудит услуг/продукции;
- аудит процесса/процедур;
- аудит СМК.

Аудит услуг (продукции) – это проверка отдельно предоставляемой услуги (отдельно взятого образца продукции) для определения того, насколько она удовлетворяет требованиям по качеству. В ходе аудита услуг анализируется процесс ее предоставления.

В качестве исходной информации для аудита услуг и формирования плана улучшения услуг используются следующие данные:

- фактически достигнутые результаты предоставления услуг по сравнению с определенными целевыми значениями параметров обслуживания;
- удовлетворённость потребителей услуг;
- загруженность ресурсов, используемых для предоставления услуг;
- тенденции в предоставлении услуг;
- значительные отклонения от согласованных значений параметров в предоставлении услуг (например, низкий уровень фактически достигнутых результатов предоставления услуг по сравнению с запланированными и др.).

При определении периодичности проведения внутреннего аудита среди прочих факторов, необходимо учитывать величины рисков, связанных с процессами управления услугами, частоту их наступления и историю связанных с ними проблем. Внутренний аудит и проверки должны планироваться, квалифицированно выполняться и регистрироваться.

Внутренние аудиты системы менеджмента качества должны стать обязательной процедурой для организации эффективной деятельности организации связи, так как их цель – проверка эффективности программ управления, предотвращение сбоев в организации деятельности [51].

Аудит систем менеджмента качества в организации связи должен включать в себя оценку качества услуг, удовлетворенность, лояльность потребителей и заведомо основываться на отражении «сильных» и «слабых» сторон деятельности организации [51].

Аудит процесса/процедуры – проверка качества процесса или процедуры. Это означает, например, сопоставление процесса с методическими или рабочими указаниями, спецификациями, определение степени соответствия. Процесс аудитов не ограничивается лишь проверкой производства продукции или оказания услуг, он охватывает все этапы деятельности, например, заключение договора, выбор поставщиков и т.п.

Программа аудита процессов управления услугами должна быть спланирована с учетом состояния и важности как процессов управления услугами и областей, подлежащих аудиту, так и результатов предыдущих аудитов. В процедуре проведения внутреннего аудита должны быть определены критерии, область действия, частота и методы проведения аудита. Выбор аудиторов и проведение ими проверок должны гарантировать объективность и беспристрастность аудита. Аудиторы не должны проводить проверку своей собственной работы по управлению услугами.

Цель проведения анализа, оценки и аудита управления услугами должна быть зарегистрирована вместе с их результатами и описаниями каких-либо корректирующих действий. Любые существенные несоответствия или области вызывающие беспокойство, выявленные в результате проведения аудита, должны быть доведены до сведения соответствующих сторон.

Аудит СМК – анализ результативности системы менеджмента качества и ее соответствия требованиям стандарта ИСО 9001 или других стандартов. Оценка соответствия может быть сведена в таблицу (рис. 12).

Деятельность внутренних аудиторов может считаться эффективной только в случае, если результаты аудиторских проверок способствуют улучшению отдельных процессов и СМК в целом. А это может быть достигнуто, лишь когда специалисты, проводящие проверки, выступают и как

аудиторы, и как эксперты. Эксперт-аудитор должен быть способен выявлять причинно-следственные связи при поиске решений по устранению обнаруженных или предотвращению потенциальных несоответствий. Иначе говоря, внутренний эксперт-аудитор должен знать не только, как проводить аудиторские проверки, но и каким образом анализировать полученные свидетельства для достижения наилучших результатов.

Оценка соответствия СМК требованиям ИСО 9001

Раздел (пункт) ИСО 9001:2008 или других стандартов №№ пп.	Существующее положение			Необходимость доработки СМК			Примечание
	Выполняется ли это требование	Документировано ли это требование	Ведутся ли записи по качеству	Форма реализации требований	Разработка документации	Записи по качеству	
	Где полностью, н-не выполняется	В каком документе	П, ч, н	ПК (раздел, пункт)	Процесс, процедура, в подразделении (указать)	Нет необходимости проведения (документ, форма, журнал)	

Рис. 12. Оценка эффективности СМК

Приготовления к аудиту обычно требуют приблизительно 40 % времени, отведенного для аудита. Эта стадия включает в себя сбор информации, планирование и подготовку. Сюда относятся действия, предпринимаемые руководством программы аудита, а также время, потраченное аудиторами на сбор информации, анализ документов, планирование и подготовку. Вторая стадия (выполнение аудита) охватывает сам аудит, заключительное совещание и последующие действия и обычно требует приблизительно 40% всего

времени. Составление отчетов (ведется непрерывно в ходе аудита) и последующие действия требуют по 10% времени.

- *Анализ со стороны руководства.* Одна из задач высшего руководства - проведение регулярного систематического оценивания пригодности, адекватности, эффективности и результативности СМК с учетом Политики и целей в области качества. Этот анализ может включать в себя рассмотрение необходимости адаптации Политики и целей в области качества в ответ на изменение потребностей и ожиданий заинтересованных сторон. Анализ предусматривает определение потребности в действиях.

- *Самооценка.* Это всестороннее оценивание, итогом которого является мнение или суждение о результативности и эффективности организации. Цель самооценки заключается в предоставлении организации рекомендаций, основанных на фактах, касающихся областей применения ресурсов для улучшения её деятельности. Самооценка может быть полезной при измерении достижений в сравнении с целями, а также для повторной оценки постоянного соответствия этим целям [77, 78, 90, 105, 112].

Метод самооценки обеспечивает простой и легкий в применении способ установления уровня развития (зрелости) системы менеджмента качества организации и определения основных областей для улучшения.

В настоящее время существует много моделей самооценки организаций по критериям системы менеджмента качества. Наиболее широко признаваемыми и применяемыми моделями являются модели национальных и региональных премий по качеству, считающиеся также моделями совершенства организаций.

Рассмотрим некоторые из них.

Самооценка может проводиться и на соответствие стандарту ИСО 9001. Конкретные особенности метода самооценки приведены в ИСО 9004, он может:

- применяться ко всей системе менеджмента качества или её части, или к любому процессу;

- применяться к организации в целом или её части;
- быть быстро осуществлен многопрофильной группой или одним работником организации при поддержке высшего руководства;
- сформировать входные данные для более всестороннего процесса самооценки системы менеджмента;
- определить и облегчить расстановку приоритетов возможностей для улучшения;
- способствовать развитию системы менеджмента качества в направлении уровня мирового класса.

Метод самооценки, изложенный в стандарте, предназначен для оценивания уровней развития системы менеджмента качества по каждому основному разделу ИСО 9001 посредством балльной шкалы от 1 (отсутствует формализованная система) до 5 (лучшие показатели в классе деятельности).

Один из вариантов самооценки - «Самооценка внедрения принципов менеджмента качества» - предполагается в ГОСТ Р ИСО 10014-2008 (Менеджмент организации. Руководящие указания по достижению экономического эффекта в системе менеджмента качества).

При самооценке используется «GAP-анализ» или «модель расхождений». Суть этой модели заключается в определении стратегий и процессов, которые фирма может использовать для достижения превосходства в обслуживании потребителей. Простая по замыслу концепция, однако, оборачивается сложностью применения её на практике.

Элемент "восприятие услуги" фактически является функцией множества переменных, как управляемых со стороны компании, так и неуправляемых. И получается, что рассмотренное выше "элементарное" расхождение - только вершина айсберга. В действительности структура модели утяжеляется корпоративной средой.

Центральным элементом Gap-модели является «потребительское расхождение», заключающееся в несовпадении *потребительских ожиданий* и

восприятия услуги - ключевых понятий маркетинга услуг. Соответственно, главной задачей компании является сокращение данного расхождения с целью удовлетворения потребностей покупателей и выстраивания с ними длительных отношений. Для этого компании необходимо сократить остальные «расхождения», лежащие в области корпоративного управления:

- расхождение 1 – незнание потребительских ожиданий;
- расхождение 2 – недостаточная клиентоориентированность стандартов обслуживания;
- расхождение 3 – невыполнение стандартов обслуживания;
- расхождение 4 – несоответствие действий обещаниям.

Международные системы рейтингов качества, например, рейтинговая система Det Norske Veritas (DNV), международная система рейтинга качества (International Quality Rating System - IQRS). По результатам этих оценок организация-клиент относится к одному из пяти возможных уровней зрелости систем менеджмента. Далее вступает в силу система определенных льгот при проведении аудита - увеличение межнадзорного периода, сокращение объема надзора и т.д. К сожалению, эта система недостаточно распространена в России, хотя имеются положительные отзывы некоторых международных компаний, применяющих эту рейтинговую систему на практике. Плюсы: содержит элементы оценки внутренней и внешней ситуации, базируется на концепции TQM; минусы: ограниченность оценки, в основном, требованиями, предъявляемыми к системе менеджмента в стандартах ИСО серии 9000 [52].

Сбалансированная система показателей (Balanced Score Card). Плюс: является системой оценки текущей деятельности и охватывает основные направления деятельности компаний; минус: распространяется не на всю систему внутрифирменного менеджмента. Например, не охватывает процесс взаимоотношения с обществом, поставщиками, конкурентами, отсутствует в явном виде элемент внешней оценки ситуации.

Стандарты по оценке систем менеджмента, предложенные японскими специалистами, TR Q 0005:2005 «Системы менеджмента качества.

Руководящие указания по устойчивому развитию» и TR Q 0006:2003 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания для самооценки». Несмотря на то что эти проекты технических стандартов носят чисто информационный характер, они дают понимание возможного направления дальнейшего развития менеджмента качества и концепции постоянного улучшения.

Первый документ - TR Q 0005:2005 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания по устойчивому развитию» - основан на следующей концепции: современные организации должны постоянно демонстрировать потребителям и другим заинтересованным сторонам ценность (достоинства, полезность) поставляемой продукции или услуг, что необходимо для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития организации. TR Q 0005:2005 базируется на 12 принципах менеджмента качества (рис. 13).

Модель самооценки, представленная в TR Q 0006:2003 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания для самооценки». В ходе самооценки определяется уровень зрелости компании (от 1 до 5 баллов). Что касается уровня зрелости компании, то его предлагается определять в отношении каждого из 12 принципов менеджмента, определенных в TR Q 0005. Так, наличие сертификата соответствия требованиям стандарта ИСО 9001 соответствует второму уровню зрелости, а пятый уровень отражает ситуацию, когда организация использует оптимальные методы гибкого реагирования на изменяющиеся внешние и внутренние условия. При этом весомость тех или иных принципов менеджмента для каждой компании является предметом обсуждения и определяется с учетом её специфики в отличие от существующих моделей премий по качеству, где вес отдельных составляющих определен заранее, независимо от специфических особенностей организаций.

Предполагается, что основные идеи, изложенные в этих документах, лягут в основу стандартов ИСО серии 9000 при пересмотре существующей версии.

№ п/п	Принципы менеджмента качества ТР Q 0005 2005 г	
	Принцип	Формулировка
1.	Создание ценности для потребителя (Creating customer value)	Организация должна создавать продукцию (услуги), ценность которой признается потребителями
2.	Ориентация на общественные ценности (Focus on social value)	Организация должна нести ответственность перед обществом в части этики бизнеса, безопасности и защиты окружающей среды
3.	Лидерство в предвидении (Visionary leadership)	Лидер должен определить видение и отчетливую политику, руководить и мотивировать людей, и вести организацию в выбранном направлении
4.	Понимание своих ключевых компетенций (Understanding core competence)	Организация должна осознавать ключевые компетенции, которыми она обладает или должна обладать, состоящие из технологий, производственных мощностей и организационного климата
5.	Вовлеченность персонала (Involvement of people)	Организация должна уметь использовать знания, навыки, творческие и другие способности людей в их деятельности
6.	Сотрудничество с партнерами (Collaboration with partners)	Организация должна сотрудничать с партнерами с целью создания ценностей и достижения удовлетворенности потребителя
7.	Всеобщая оптимизация (Total optimization)	Организация должна строить наиболее оптимальные системы, стремясь к совершенству каждого процесса
8.	Процессный подход (Process approach)	Организация должна определить процессы, необходимые для создания ценностей, оценивать их взаимосвязи, обеспечивать и управлять ими, применяя эти процессы в системе
9.	Принятие решений, основанных на фактах (Factual approach)	Организация должна принимать решения, основанные на фактах
10.	Личное и организационное самообучение (Organizational and personal learning)	Организация должна поощрять приобретение персоналом знаний и уметь использовать его знания как принадлежащие всей организации
11.	Оперативность (Agility)	Организация должна оперативно принимать решения и действовать, отвечая на изменения окружающей обстановки
12.	Автономность (Autonomy)	Организация должна принимать решения и действовать в соответствии со своими ценностями

Рис. 13. Принципы менеджмента качества

Многочисленные вопросы, чек-листы, анкеты и т.д. по оценке системы менеджмента качества. Практически любая консалтинговая фирма

имеет в своем методическом арсенале оценочные чек-листы или экспресс-вопросы, на основе которых определяется эффективность систем менеджмента компаний. При этом могут учитываться как финансовые показатели, так и организационные, качественные, удовлетворенности потребителей и пр.

Диагностическая самооценка. Оценка направлена на улучшение деятельности. Цель - выявление слабостей организации и их причин. Это основной инструмент для совершенствования, неотъемлемая часть цикла PDCA ((Plan-Do-Check-Act – планирование–выполнение–проверка–реакция), является широко распространенным методом непрерывного улучшения качества. Этот метод имеет и второе название – «колесо Деминга» [72].

Для получения точных диагностических характеристик самооценка должна:

- опираться на модель, которая наилучшим образом характеризует организацию: хотя измерение уровня делового совершенства для сравнения требует «стандартной» модели, для диагностики нужна модель по возможности более «индивидуальная»;
- использовать методику, которая отталкивается от результатов, чтобы потом искать в процессах и в системных факторах организации причины слабости (а также отмечать сильные стороны), вытекающие из результатов - разрыв в показателях. Диагноз всегда идет от признаков к причинам, от результатов к организационным причинам этих результатов. На рис. 14 приведено сравнение самооценок двух типов: той, которая определяет уровень качества организации и, следовательно, основана на модели премий, и той, задачей которой является совершенствование организации (её эффективность и продуктивность).

Сравнение самооценки по критериям премий с самооценкой по диагностическому подходу

Самооценка для премий	Диагностическая самооценка
– Типовая модель	– Индивидуализованная модель
– Процесс оценки по типу аудита: слева направо (т.е. от причин к следствиям)	– Процесс диагностики справа налево (т.е. от следствий к причинам)
– Повышенное внимание к набиранию баллов	– Высокая диагностическая способность
– Участвуют (чаще) те, кто имеет возможность прибегнуть к помощи экспертов	– Участие не ограничено
– Помощь в проведении самооценки не рекомендуется	– Помощь в проведении самооценки рекомендуется (если есть необходимость)
– Итоговой документ: отчет о применении самооценки для определения достигнутого уровня	– Итоговый документ: диагностический отчет, который должен быть положен в основу планирования улучшения

Рис. 14. Сравнение самооценки по критериям премий с самооценкой по диагностическому подходу

Функциональная модель оценки менеджмента (Management Functional Assessment Model - MFAM). Позволяет руководителям проанализировать не столько бизнес-процесс, сколько свою деятельность по управлению организацией, выявить сильные и слабые стороны, наметить области первоочередных улучшений, проследить динамику улучшений. Другими словами, предлагаемая модель является инструментом непрерывного совершенствования системы менеджмента. В основе MFAM лежат пять основных функций управления: прогнозирование/планирование, организация, мотивация, контроль, координация и коммуникация [46].

Оценка системы менеджмента организации в рамках функциональной модели предполагает анализ пяти управленческих функций, которые соответственно являются оценочными критериями модели. Каждый из пяти критериев содержит пять субкритериев, таким образом, функциональная модель оценки менеджмента объединяет 25 оценочных категорий.

Экспертный анализ каждой из 25 категорий предполагает пять вариантов оценки управленческой деятельности в организации. Уровень развития системы управления организацией определяется общей оценкой текущего состояния менеджмента. В рамках методологии функциональной модели выделены пять уровней развития (зрелости) менеджмента организации.

Каждый из приведенных способов оценки имеет свои плюсы и минусы, свою сферу применения. Однако, с точки зрения многих руководителей, эти способы либо сложны, либо не очень убедительны. Им хотелось бы знать: не зря ли потрачены деньги и усилия на создание и сертификацию СМК, не зря ли они продолжают тратиться на её поддержание и инспекционные проверки органом по сертификации.

Для ответа на этот вопрос надо решить такие задачи, как:

- определение показателей результативности и эффективности СМК с учетом интересов всех заинтересованных сторон;
- выбор методики оценки;
- разработка критериев результативности или эффективности СМК.

В настоящей работе сделана попытка установить состав показателей для оценки эффективности внедрения СМК на малых инновационных организациях (табл. 4).

При определении системы показателей исходим из предпосылки, что СМК представляет собой часть менеджмента организации, деятельность которой направлена на эффективное управление процессами, которые так или иначе влияют на качество выполнения требований удовлетворения потребностей заинтересованных сторон.

Поэтому предлагаемые показатели характеризуют эффективность СМК с разных точек зрения и ориентированы на удовлетворение требований заинтересованных сторон (потребители, персонал, владельцы и акционеры). Для оценки эффективности используются как количественные, так и качественные показатели (см. табл. 5).

Таблица 4. Варианты оценки показателей эффективности внедрения СМК

Оценка, балл	Состояние оценочной категории
0	Изменений не произошло
1	Наметилась положительная тенденция (для количественных показателей изменение в сторону улучшения от 1 до 3%)
2	Произошли незначительные положительные изменения (от 3 до 7%)
3	Произошли положительные изменения (от 7 до 10%)
4	Произошли существенные положительные изменения (больше 10%)

Оценка эффективности СМК проводится методом анкетирования. Вопросы анкеты соответствуют предложенным показателям.

Каждый вопрос имеет пять вариантов ответа. Разрешается выбирать только один вариант, который максимально точно характеризует текущее состояние данного направления после внедрения СМК.

Таблица 5. Показатели для оценки эффективности внедрения СМК

Показатели эффективности СМК	Оценка	Комментарии
I. Показатели, характеризующие изменение удовлетворённости потребителей в результате внедрения СМК		
I.1. Повышение степени удовлетворённости потребителя		
I.2. Повышение качества продукции		
I.3. Повышение качества и культуры обслуживания потребителей		
I.4. Повышение надёжности выполнения условий контрактов		
II. Показатели, характеризующие изменение удовлетворённости персонала в результате внедрения СМК		
II.1. Повышение чёткости процедур и операций		
II.2. Улучшение взаимодействия между подразделениями организациями		
II.3. Повышение уровня удовлетворённости персонала		
II.4. Чёткое распределение ответственности и полномочий		

Показатели эффективности СМК	Оценка	Комментарии
персонала		
II.5. Повышение уровня информированности персонала по вопросам менеджмента качества, освоение персоналом современных методов и технологий менеджмента		
II.6. Вовлечение персонала в решение вопросов качества		
II.7. Чёткая работа с поставщиками		
II.8. Повышение компетентности (квалификации) персонала		
II.9. Повышение качества процессов		
II.10. Повышение внимания к социальным проблемам		
II.11. Повышение мотивации сотрудников в улучшении качества продукции		
III. Показатели, характеризующие изменение удовлетворённости владельцев в результате внедрения СМК		
III.1. Расширение рынка сбыта		
III.2. Повышение имиджа фирмы		
III.3. Повышение эффективности производства		
III.4. Повышение конкурентоспособности продукции, увеличение объёма выпуска продукции		
III.5. Снижение затрат, связанных с некачественной продукцией		
III.6. Повышение лояльности потребителей		
III.7. Расширение числа клиентов		
III.8. Выход на зарубежные рынки, увеличение объёма экспорта		
III.9. Получение лицензий		
III.10. Повышение доходов (прибыли) от реализации		
III.11. Увеличение (получение) наград в области менеджмента качества		
IV. Показатели, характеризующие изменение удовлетворённости общества в результате внедрения СМК		
IV.1. Снижение вредного воздействия производства на окружающую среду		
IV.2. Повышение внимания к вопросам безопасности и охраны труда		
IV.3. Повышение внимания к вопросам безопасности, экологичности и эргономичности продукции		
V. Как Вы оцениваете эффективность внедрения СМК в целом?		

3.2. Аспекты совершенствования технического регулирования в области оценки соответствия системы менеджмента качества

В настоящем параграфе в качестве основополагающего подхода к оценке результативности, эффективности систем менеджмента качества рассматривается её оценка в процессе аудита. Аудит и аудиторская деятельность - довольно широкая и сложившаяся практика в рыночной экономике. Однако её реализация в сфере технического регулирования требует своего совершенствования.

В сфере технического регулирования, которая осуществляется на основе Федерального закона от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», определена форма проверки – осуществление подтверждения соответствия объектов (в данном случае системы менеджмента качества) требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров. Реализуется это, как правило, посредством процедуры «сертификации». Совокупность (свод) правил выполнения работ при сертификации определяется и меняется в зависимости от «системы сертификации».

В настоящее время в качестве основополагающих рассматриваются разработанные общие принципы и правила сертификации систем менеджмента качества на соответствие международным, национальным стандартам. Вместе с тем, вопросы теории аудита, сертификации применительно к сфере технического регулирования продолжают развиваться, а вопросы аудита систем менеджмента качества пока не нашли отражения в Федеральном законе также, как и другие направления аудита.

Что является предметом аудита системы менеджмента качества? В качестве предмета аудита системы менеджмента качества важно рассматривать независимый контроль достоверности представляемых данных о функционировании системы менеджмента качества, их соответствие

требованиям стандартов, договоров или других документов, оценка результативности, эффективности систем менеджмента качества.

Необходимо особо отметить, что под аудитом можно понимать комплексное независимое исследование профессиональной организацией как всех сторон функционирования систем менеджмента качества (достоверность данных, соответствие требованиям, результативность, эффективность систем менеджмента качества), так и отдельных её сторон.

Например, такой отдельной стороной можно рассматривать оценку соответствия систем менеджмента качества стандарту. Как правило, на практике и в теории в качестве такого стандарта рассматривают национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 9001.

Аудит систем менеджмента качества также проводится в целях определения надёжности организации при выполнении взятых обязательств перед потребителем, заказчиком, государством, возможности достижения определенных результатов деятельности при производстве товаров, исполнении работ, услуг. Аудит систем менеджмента качества - одна из форм технического регулирования, но её целью не всегда является выдача сертификата.

Надо отметить, что техническое регулирование – это вид экономического регулирования, включающий в себя установление технических требований к продукции и процессам, а механизмы обеспечения соблюдения этих требований – системы менеджмента.

Федеральный закон № 184-ФЗ «О техническом регулировании», вступивший в силу 1 июля 2003 г., создал основу для проведения масштабной реформы технического регулирования. Закон кардинально изменил действовавшую ранее систему принятия и применения обязательных технических требований к продукции и процессам ее производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации.

Необходимость реформирования технического регулирования была обусловлена произошедшими изменениями форм собственности большинства

организаций, появлением свободных рынков товаров и услуг и рыночного регулирования в производственной сфере, существенным ускорением в процессах обновления и создания новой продукции, необходимостью участия организаций в международном разделении труда.

Установление и регулирование обязательных требований к продукции и процессам производства является одним из инструментов государственного регулирования экономики, а также повышения конкурентоспособности организаций на инфокоммуникационном рынке.

Эффективное применение технических требований является важнейшим фактором, который влияет на уровень конкурентоспособности страны, организаций как на мировом, так и на внутреннем торговом рынках.

Основными элементами технического регулирования являются технические регламенты, стандарты, процедуры подтверждения соответствия, аккредитация, контроль и надзор. Все эти элементы предполагают существенную модернизацию.

Основные цели реформирования системы технического регулирования заключаются в:

- повышении конкурентоспособности российской экономики;
- снижении административного и экономического давления на производителей;
- расширении возможностей выбора организациями коммерческих решений;
- устранении технических барьеров в торговле;
- повышении эффективности защиты рынка.

К основным направлениям реформы в сфере технического регулирования, обеспечивающим достижение целей, поставленных в ФЗ «О техническом регулировании», следует отнести:

- разделение в нормативных документах обязательных и добровольных требований, повышение правового уровня требований безопасности до уровня федеральных законов на технические

регламенты и придание стандартам статуса документов добровольного применения;

- установление обязательных требований только в отношении защиты жизни и здоровья людей, животных и растений, защиты имущества, охраны окружающей среды и предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей;
- разграничение правоустанавливающих и правоприменительных функций путем разделения функций по государственному контролю (надзору), аккредитации и сертификации;
- установление в технических регламентах экономически обоснованных, альтернативных и минимально затратных процедур оценки соответствия;
- создание прозрачных и открытых для участия заинтересованных лиц процедур разработки технических регламентов и стандартов;
- обеспечение соответствия уровня технического регулирования интересам и уровню национальной экономики, а также международным нормам и правилам.

Общая схема технического регулирования, как правило, представляется в виде, показанном на рис. 15.



Рис.15. Система технического регулирования

В соответствии с ФЗ «О техническом регулировании». обязательные требования к объектам технического регулирования устанавливаются только техническими регламентами.

Технические регламенты принимаются в форме федеральных законов или международных договоров, ратифицируемых в установленном порядке.

Технические регламенты принимаются только в целях защиты жизни, здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охраны окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений, а также в целях предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей. Принятие технических регламентов в иных целях не допускается.

Таким образом, на государственном уровне устанавливаются только требования по безопасности, но не регламентируются требования по достижению определенного уровня качества продукции. Это создает возможность предъявлять требования к продукции на корпоративном уровне и

использовать достигнутый уровень качества как инструмент конкурентной борьбы.

Согласно закону принимаются:

- общие технические регламенты;
- специальные технические регламенты.

В законе предусмотрено принятие общих технических регламентов по вопросам:

- безопасной эксплуатации и утилизации машин и оборудования;
- безопасной эксплуатации зданий, строений, сооружений и безопасного использования прилегающих к ним территорий;
- пожарной безопасности;
- биологической безопасности;
- электромагнитной совместимости;
- экологической безопасности;
- ядерной и радиационной безопасности.

Общий технический регламент содержит требования, обязательные в отношении любых видов продукции, процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации. Специальный технический регламент содержит требования, учитывающие технологические и иные особенности отдельных видов продукции или процессов производства.

Специальные технические регламенты устанавливают требования только к тем отдельным видам продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, степень риска причинения вреда которыми выше степени риска причинения вреда, учтенной общими техническими регламентами.

Это означает, что общие технические регламенты содержат требования, определенные, исходя из минимального риска причинения вреда. Учитывая норму о том, что общие технические регламенты содержат требования в отношении любых видов продукции, процессов производства, можно сделать вывод, что требования общих технических регламентов должны включать в

себя требования, исполнение которых обязательно при осуществлении любых видов деятельности.

Поскольку технические регламенты обязательны для исполнения, нарушение заложенных в них требований будет порождать ответственность субъектов предпринимательской деятельности за неисполнение или ненадлежащее исполнение требований технических регламентов.

Согласно закону технические регламенты содержат минимально необходимые для обеспечения безопасности требования, что устраняет необоснованные административные ограничения в предпринимательской деятельности.

Еще одним принципиальным новшеством ФЗ «О техническом регулировании» является перенос акцентов с «дорыночного» контроля на контроль «на рынке». Система государственного контроля до момента выхода продукции на рынок показала в некоторых секторах экономики свою неэффективность.

С принятием и вступлением в силу ФЗ «О техническом регулировании» наступает новый, переходный этап развития стандартизации в России, который связан с реализацией переходных положений закона и характеризуется изменением статуса стандартов.

Государственные стандарты Российской Федерации из основного инструмента государственного технического регулирования трансформировались в добровольные российские национальные стандарты, которые совместно с международными стандартами служат основой для разработки технических регламентов; способствуют соблюдению обязательных требований, устанавливаемых в технических регламентах; а также в целях повышения конкурентоспособности продукции содержат опережающие нормы по качеству и безопасности.

Стандартизация является ключевым фактором поддержки ряда направлений государственной политики, таких как конкуренция, внедрение инноваций, устранение торговых барьеров, расширение торговли, защита прав

и интересов потребителей, защита окружающей среды, государственные закупки и т.д.

Необходимо отметить, что общий фонд отраслевой документации (отраслевые стандарты, руководящие документы, технические условия и т.д.) в стране составляет порядка 120 тыс. документов. При этом общий фонд государственных стандартов в настоящее время составляет около 24 тыс. стандартов.

Реформа технического регулирования имеет значительную административную составляющую. Изменение всей совокупности обязательных требований (причем как характеристик продукции, так и процедур осуществления контроля за соблюдением требований) имеет не только экономическую, но и организационную направленность. В соответствии с принципами технического регулирования, заложенными в законе, запрещается совмещение полномочий органа государственного контроля (надзора) и органа по сертификации, а также не допускается совмещение одним органом полномочий на аккредитацию и сертификацию. Реализация данных норм тесно связана с административной реформой.

Аудит системы менеджмента качества не относится к сфере обязательного применения технического регулирования, реализуется в добровольной сфере, но является важной составляющей в повышении конкурентоспособности российской экономики, раскрывает новые возможности успешного развития отечественных организаций. В связи с этим, систему технического регулирования (приведенную на рис. 15) предлагается дополнить блоком «Аудит».

В блоке «Аудит» помимо аудита системы менеджмента качества важно рассматривать технологический аудит, аудит процессов предоставления услуг и т.д. В таком случае схема технического регулирования может быть представлена в следующем виде (рис. 16).



Рис. 16. Система технического регулирования. Аудит.

Последнее десятилетие XX в. смело можно назвать десятилетием сертификации и международных стандартов ИСО серии 9000. Уже начиная с 1960-х годов понятия, принципы, правила и процедуры сертификации развивались и формировались на международном, региональном и национальном уровнях. Причём, в связи с интернационализацией торгово-промышленных отношений, созданием в рамках Европейского союза единого экономического пространства в развитых странах был сделан акцент на гармонизацию терминологических и организационно-методологических аспектов сертификации с документами международных организаций (ИСО, МЭК, ЕЭК ООН и др.). Это позволило во многом устранить барьеры в торгово-экономических отношениях и создать условия свободного перемещения продукции и услуг.

Важной особенностью сертификации является наличие нормативной базы её проведения, т.е. документов, чётко и однозначно формулирующих требования к сертифицируемой продукции, системам управления качеством продукции и услуг, а также к порядку проведения сертификации.

В условиях всё возрастающей вовлеченности стран в единую систему торгово-экономических связей и их заинтересованности в международных системах стандартизации и сертификации гармонизированные подходы просматриваются в построении и функционировании региональных и национальных систем оценки соответствия продукции, систем управления качеством продукции и услуг.

Повышенное внимание научно-технической общественности и практических работников отраслей народного хозяйства к проблемам сертификации не случайно. Эта область деятельности затрагивает противоположные интересы разных социальных групп. С одной стороны, сертификация является инструментом защиты интересов граждан и общества в целом, а с другой - требует дополнительных затрат производителей, увеличивает сроки оборота их средств, затрудняет хозяйственный маневр.

Поэтому при выборе путей её развития решающим должен стать критерий разумного баланса интересов всех участников этого процесса, определяемый с точки зрения риска общества и эффективности экономики. Эти же факторы вызывают необходимость в составе технического регулирования рассматривать и совершенствовать различные формы аудита.

Стремление России интегрироваться в мировую экономику, вступить во Всемирную торговую организацию (ВТО) со всей остротой ставит задачи гармонизации технического регулирования, деятельности по сертификации и в целом по контролю безопасности, конкурентоспособности качества продукции с принятыми в мировой практике процедурами и нормами.

В нашей стране сертификация с 1993 г. стала законодательно регулируемой и повсеместно используемой процедурой подтверждения соответствия.

Становление сертификации в России осуществлялось в несравненно более сжатые сроки, чем это было в практике других стран, в сложных условиях смены социально-экономических ориентиров и резкого сокращения финансирования указанных работ из госбюджета.

Достаточно позднее вступление России на рынок услуг по сертификации настоятельно требует исследования и оценки накопленного опыта как в нашей стране, так и за рубежом, а также создания научно-методических материалов, отвечающих потребностям перспективных направлений сертификации.

В России сертификация находится в начале пути, её становление происходит несравнимо в более сжатые сроки и в заведомо более неблагоприятных условиях политического и экономического развития.

Тем не менее, сегодня сложилась и начала функционировать «Система сертификации ГОСТ Р» - основная национальная система сертификации в России, созданная и управляемая Росстандартом - национальным органом РФ по сертификации.

Система сертификации ГОСТ Р предназначена, в первую очередь, для обязательной сертификации продукции, вводимой в России законодательными актами (Закон РФ «О защите прав потребителей») и поручаемой только органам государственного управления.

Система сертификации ГОСТ Р предусматривает также проведение добровольной сертификации по параметрам качества и назначения, не относящимся к сфере безопасности. В Системе сертификации ГОСТ Р предусмотрена сертификация любой продукции, включая импортируемую.

Наряду с Системой сертификации ГОСТ Р в России действуют другие национальные системы, руководимые органами государственного управления (Росгортехнадзор, Госкомсанэпиднадзор и др.) и межгосударственного управления (Межгосударственный авиационный комитет). Появились и продолжают организовываться Системы добровольной сертификации, зарегистрированные в Государственном реестре сертификации Росстандарта России.

Таким образом, в России, как и во всех развитых странах, формируется достаточно гибкая и своеобразная национальная инфраструктура сертификационной деятельности, главные составные элементы и участники которой были определены принятым 22 июля 1992 г. Постановлением Правительства РФ № 508 «О поэтапном введении в 1992 году обязательной сертификации товаров, работ и услуг», а также в принятом на его базе в 1993 г. Законе «О сертификации продукции и услуг», а сегодня – ФЗ «О техническом регулировании» от 27.12. 2002 г. №184-ФЗ.

Сертификация в переводе с латыни означает «сделано верно». Для того чтобы убедиться в том, что продукт «сделан верно», надо знать, каким требованиям он должен соответствовать, и каким образом возможно получить достоверные доказательства этого соответствия. При проведении работ по сертификации используются следующие понятия: испытание, оценка соответствия, третья сторона, проверка соответствия, надзор за соответствием, обеспечение соответствия, реализуемые на практике в виде определенных процедур.

Установление соответствия заданным требованиям сопряжено с выполнением ряда процедур, в числе которых испытание, проверка, надзор и т.д.

Под *испытанием* понимается техническая операция, заключающаяся в определении одной или нескольких характеристик данной продукции, системы менеджмента в соответствии с установленной процедурой по принятым правилам.

Испытания осуществляют в испытательных лабораториях, причем это название употребляют по отношению как к юридическому, так и к техническому органу.

Систематическую проверку степени соответствия заданным требованиям принято называть *оценкой соответствия*.

Более частным понятием оценки соответствия считают **контроль**, который рассматривают как оценку соответствия путем измерения конкретных характеристик продукта.

В оценке соответствия наиболее достоверными считаются результаты испытаний «третьей стороной».

Третья сторона - это лицо или орган, признанные независимыми и от поставщика (первая сторона), и от покупателя (вторая сторона).

С оценкой соответствия связаны проверка соответствия, надзор за соответствием, обеспечение соответствия.

Проверка соответствия - подтверждение соответствия продукции (процесса, услуги, системы менеджмента) установленным требованиям посредством изучения доказательств.

Надзор за соответствием - это повторная оценка с целью убедиться в том, что продукция (процесс, услуга, система менеджмента) продолжает соответствовать установленным требованиям.

Обеспечение соответствия - это процедура, результатом которой является заявление, дающее уверенность в том, что продукция (процесс, услуга или система менеджмента) соответствуют заданным требованиям. Применительно к продукции это может быть:

- заявление поставщика о соответствии, т.е. его письменная гарантия в том, что продукция, система менеджмента соответствует заданным требованиям; заявление, которое может быть напечатано в каталоге, накладной, руководстве об эксплуатации или другом сообщении, относящемся к продукции; это может быть также ярлык, этикетка и т.п.;
- сертификация - процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что продукция, процесс, услуга, система менеджмента соответствуют заданным требованиям.

Термин «**заявление поставщика о соответствии**» означает, что поставщик (изготовитель) под свою личную ответственность сообщает о том,

что его продукция или система менеджмента отвечает требованиям конкретного нормативного документа.

Согласно Руководству 2 ИСО/МЭК, это является доказательством осознанной ответственности изготовителя и готовности потребителя сделать продуманный и определенный заказ.

Заявление изготовителя, которое называют также **заявлением-декларацией**, содержит следующие сведения:

- адрес изготовителя, представляющего заявление-декларацию;
- обозначение изделия и дополнительную информацию о нем;
- наименование, номер и дату публикации стандарта, на который ссылается изготовитель;
- указание о личной ответственности изготовителя за содержание заявления и др.

Представляемая информация должна быть основана на результатах испытаний. Ссылка на стандарт не означает утверждение изделия организацией, принявшей этот стандарт, изготовитель не имеет права пользоваться знаками соответствия стандартам.

Подтверждение соответствия через сертификацию предполагает обязательное участие третьей стороны. Такое подтверждение соответствия - независимое, дающее гарантию соответствия заданным требованиям, осуществляемое по правилам определенной процедуры.

Сертификация считается основным достоверным способом доказательства соответствия продукции (процесса, услуги) заданным требованиям.

Процедуры, правила, испытания и другие действия, которые можно рассматривать как составляющие самого процесса (деятельности) сертификации, могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Среди них:

- законодательство, касающееся стандартизации, качества и непосредственно сертификации;

- особенности объекта сертификации, что в свою очередь определяет выбор метода проведения испытаний, и т.д.

Другими словами, доказательство соответствия производится по той или иной системе сертификации - это система, которая осуществляет сертификацию по своим собственным правилам, касающимся как процедуры, так и управления.

Систему сертификации (в общем виде) составляют:

- центральный орган, который управляет системой, проводит надзор за её деятельностью и может передавать право на проведение сертификации другим органам;
- правила и порядок проведения сертификации;
- нормативные документы, на соответствие которым осуществляется сертификация;
- процедуры (схемы) сертификации;
- порядок инспекционного контроля.

Системы сертификации могут действовать на национальном, региональном и международном уровнях.

Если система сертификации занимается доказательством соответствия определенного вида продукции (процесса, услуг) - это система сертификации однородной продукции, которая в своей практике применяет стандарты, правила и процедуру, относящиеся именно к данной продукции.

Несколько таких систем сертификации однородной продукции со своими органами и другими составляющими могут входить в общую систему сертификации.

Любая система сертификации использует стандарты (международные, региональные, национальные), на соответствие требованиям которых проводятся испытания. Информация о соответствии стандартам необходима покупателю, конечному потребителю, инспектирующим и контролирующим органам, страховым компаниям, правительственным органам и др. для самых различных ситуаций, связанных с продуктом.

В системах сертификации третьей стороной применяются два способа указания соответствия стандартам: сертификат соответствия и знак соответствия, которые и являются способами информирования всех заинтересованных сторон о сертифицированном товаре.

Сертификат соответствия - это документ, изданный по правилам системы сертификации, сообщающий, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная продукция (процесс, услуга, система менеджмента) соответствует конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Сертификат может относиться ко всем требованиям стандарта, а также отдельным разделам или конкретным характеристикам продукта, системы менеджмента, что четко оговаривается в самом документе.

Информация, представляемая в сертификате, должна обеспечить возможность сравнения её с результатами испытаний, на основе которых он выдан.

Знак соответствия - это защищенный в установленном порядке знак, применяемый (или выданный органом по сертификации) в соответствии с правилами системы сертификации, указывающий, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что данная система менеджмента или продукция (процесс, услуга) соответствует конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Знак соответствия ограничен определенной системой сертификации, что указывает на обязанность этой системы (в лице органа по сертификации) контролировать соответствие стандарту системы менеджмента, продукции, маркированной этим знаком. Знаком соответствия маркируется товар и в том случае, если он соответствует всем требованиям стандарта.

Обычно в системах сертификации действуют правила по применению знака соответствия или национальные стандарты, регламентирующие применение знака соответствия государственному стандарту. Разрешение

(лицензия) на использование знака соответствия выдается органом по сертификации.

К стандартам, используемым для целей сертификации, предъявляются определенные требования, которые учитывают технические комитеты организаций, занимающихся стандартизацией.

Прежде всего, если разрабатываемый стандарт предназначен для использования при сертификации, в состав технического комитета, помимо представителей всех заинтересованных сторон, должны быть включены специалисты, имеющие опыт работы в области сертификации.

В разделе стандарта «Область применения» должно быть указание о применении его для целей сертификации. В стандарт включаются только те характеристики, которые могут быть объективно проверены.

Если при сертификации третьей стороной необходимо установить методы контроля производственных процессов, такие требования включаются в специальные правила и программы сертификации, основанные на стандарте.

Стандарт должен устанавливать последовательность проведения испытаний, если это влияет на их результаты. Более предпочтительными считаются методы неразрушающих испытаний.

Если сертификация проводится с целью доказательства безопасности изделия (основной аспект сертификации), применяются стандарты, в которых регламентируются характеристики и нормы безопасности. Это могут быть и специально разработанные для данной цели нормативные документы. Так, при сертификации на безопасность изделий электронной техники, бытовых электротехнических товаров используются международные стандарты по безопасности МЭК.

Если изделие сертифицировано на безопасность, то оно может маркироваться специальными знаками соответствия, которые относятся либо к конкретным видам продукции, например, электротехническим бытовым приборам, либо имеют более общий характер, т.е. информируют потребителя о безопасности многих видов товаров.

Участие в системах сертификации может быть в трех формах:

- допуск к системе сертификации;
- участие в системе сертификации;
- членство в системе сертификации.

Допуск к системе сертификации означает возможность для заявителя осуществить сертификацию в соответствии с правилами данной системы.

Участие и членство в системе сертификации устанавливаются на уровне сертификационного органа.

Участник системы сертификации - это орган по сертификации, который в своей деятельности применяет правила данной системы, но не имеет права участвовать в управлении системой.

Таким образом, первая форма участия относится к организациям-изготовителям, поставщикам продукции, которые по тем или другим причинам сертифицируют свою продукцию в рамках выбранной ими системы (например, при добровольной сертификации) либо обязаны проводить сертификацию по данной системе, например, на основании положений об обязательной сертификации.

Две другие формы касаются деятельности сертификационного органа в национальных, региональных и международных системах сертификации.

Сертификация призвана содействовать развитию международной торговли, однако система сертификации может оказаться техническим барьером. Устранению технических барьеров в торговле способствуют соглашения о взаимном признании (соглашение по признанию - согласно терминологии Руководства 2 ИСО/МЭК), которые в зависимости от количества стран, признающих результаты деятельности другой (других) стороны, бывают односторонние, двусторонние, многосторонние.

Соглашением по признанию называют соглашение, основанное на том, что одна сторона принимает результаты, полученные от «применения одного или нескольких установленных функциональных элементов системы сертификации», которые представлены другой стороной.

В сущности это взаимное признание результатов сертификации, но признание может относиться как к общим результатам, так и только к испытаниям («соглашение по испытаниям») или только к контролю («соглашение по контролю»).

Соглашения по признанию заключаются на национальном, региональном и международном уровнях.

Одностороннее соглашение состоит в принятии одной стороной результатов работы другой стороны.

Двустороннее соглашение - соглашение по взаимному признанию, т.е. оно включает принятие каждой стороной результатов работы другой стороны.

Многостороннее соглашение - это соглашение о взаимном признании результатов работы более чем двух сторон.

В рамках подобных соглашений права и обязанности сторон могут быть одинаковыми, однако возможности сторон могут не совпадать, что приводит к неэквивалентным отношениям. Это следует учитывать при двусторонних отношениях, которые не всегда бывают отношениями на основе взаимности, при которых обе стороны имеют одинаковые права и обязанности по отношению друг к другу.

Возникновение сертификации связано с предоставлением потребителю гарантий по соответствию покупаемых им товаров требованиям конкретных стандартов. С развитием сертификации стало очевидным её положительное влияние на торговые связи между государствами: сроки получения разрешения на ввоз значительно сокращались для сертифицированного товара; не требовалось повторных испытаний в принимающей стране, если она признавала сертификат поставщика.

Однако по мере увеличения количества национальных систем сертификации все более отчетливо обозначились их различия, эти различия связаны как со стандартами, на соответствие которым производятся сертификационные испытания, так и с законами, на основании которых введена сертификация, а также с правилами процедуры сертификации и пр.

В этой связи определилась совсем другая роль сертификации в международной торговле - как технического барьера.

Сертификационные барьеры возникают не только по указанным причинам, которые в определенной степени складывались объективно, совсем иной механизм возникновения препятствий в торговле имеет превращение сертификации в способ протекционизма для защиты внутреннего (или регионального, как в ЕС) рынка от проникновения товаров иностранного производства. В таких случаях используют усложнение административной стороны испытаний импортируемых товаров, ужесточают контроль качества, принимают стандарты (государственные или региональные), касающиеся процедуры испытаний (например, европейские стандарты серии 45000), что отражается на порядке признания зарубежных сертификатов, а для некоторых стран признание вообще оказывается невозможным.

Протекционистские меры нередко связаны с принятием национальных обязательных стандартов или технических регламентов под давлением транснациональных корпораций, которые, как известно, принимают активное участие в стандартизации на национальном уровне, обеспечивая главную часть финансирования деятельности национальных организаций по стандартизации и стремясь нередко получить возможность контроля над деятельностью технических комитетов.

Таким образом, вероятность превращения стандарта в инструмент конкурентной борьбы велика, а поскольку иностранному поставщику подобной продукции придется доказывать её соответствие, как правило, в таких случаях весьма высоким требованиям, получить сертификат соответствия достаточно проблематично. В организации систем сертификации нередко случаи создания таких условий получения сертификата, которые невыполнимы для средних и тем более мелких фирм.

В международной торговле сложились жесткие правила по признанию зарубежного сертификата на импортируемую продукцию. Для успешного экспорта необходимо получить сертификат соответствия авторитетной,

признанной во всех странах организации, а для этого требуется продолжительное время и немалые финансовые затраты, так как подготовка к сертификации может быть сопряжена с необходимостью введения системы обеспечения качества, если этого требует схема сертификации.

Совершенствование технического регулирования может происходить как в направлении становления системы, определяющей правила проведения аудита касательно системы менеджмента, технологических процессов, процессов предоставления услуг и т.д., так и в направлении совершенствования принципов и инструментов сертификации систем менеджмента.

3.3. Организационно-методическое обеспечение функционирования системы сертификации для оценки систем менеджмента качества в инфокоммуникациях

Исследование рынка организаций, работающих в инфокоммуникационной сфере, и распространения сертификатов на систему менеджмента качества позволили выявить ряд тенденций. Во-первых, на рынке много организаций, уровень которых не соответствует национальному стандарту ГОСТ Р ИСО 9001. Во-вторых, на рынке много организаций, которые имеют сертификат соответствия ИСО, но в реальности не соответствуют его требованиям. В третьих, двадцать лет назад соответствие мировому стандарту действительно было достаточно прогрессивным для развития национальных экономик. Но стандарт и тогда систематизировал минимальные требования для того, чтобы организация была способна выполнять свои обязательства по поставляемой продукции.

В настоящее же время закономерности мировой экономики показывают, что передовые организации стремятся соответствовать также сложившимся требованиям в области экологического менеджмента, менеджмента социальной ответственности, менеджмента по охране здоровья и безопасности труда. Рынок повышает требования к конкурентоспособности.

Как уже отмечалось в предыдущих главах, оценка систем менеджмента качества организаций, предоставляющих услуги в инфокоммуникационной сфере, не в полной мере обеспечивают учёт специфики отрасли.

В связи с этим, очевидна возможность совершенствования системы менеджмента качества, способа её оценки за счёт формирования системы сертификации российских инфокоммуникационных организаций, учитывающей отраслевую специфику и установления дифференцирования уровней системы менеджмента организаций. Новый подход сформирован в монографии в виде **Правил функционирования Системы сертификации российских организаций в инфокоммуникационной сфере** (далее – Система сертификации).

Область применения Системы сертификации - Система сертификации российских организаций в инфокоммуникационной сфере - предназначена для организации и проведения работ по сертификации систем менеджмента и деятельности организаций.

В своей деятельности участники Системы добровольной сертификации руководствуются действующими законодательными актами Российской Федерации, а также руководящими документами Системы сертификации.

Сертификация осуществляется в целях:

- создания условий для эффективной деятельности и повышения конкурентоспособности субъектов на рынке Российской Федерации, а также для участия в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве и международной торговле;
- содействия потребителям в компетентном выборе продукции и исполнителей услуг;
- защиты потребителя от недобросовестности изготовителя продукции (продавца, исполнителя) и исполнителей услуг;
- подтверждения показателей деятельности организаций.

Система добровольной сертификации базируется на следующих принципах:

- добровольность проведения сертификации, осуществляемой по инициативе заявителя;
- открытость Системы сертификации по отношению к новым объектам сертификации;
- компетентность участников Системы сертификации инновационных организаций в части наличия ресурсов и технических возможностей для выполнения возложенных на них функций;
- объективность результатов сертификации в части отражения реального состояния объекта сертификации и их воспроизводимости;
- системность в части закрепления за участниками Системы сертификации определенных прав, функций, сфер деятельности и порядка взаимосвязей, обеспечивающих эффективность её функционирования;
- единство правил и методов экспертизы (исследований (испытаний) и измерений);
- недопустимость совмещения одним органом полномочий на аккредитацию и сертификацию;
- конфиденциальность выполнения работ и использования их результатов, составляющих государственную и коммерческую тайну;
- система сертификации основана на принципе добровольности, её участником может стать любое юридическое или физическое лицо, а также индивидуальный предприниматель, признающий правила и процедуры Системы;
- при проведении сертификации деятельности проводится оценка соответствия деятельности организации, системы

менеджмента требованиям, действующим в Российской Федерации;

- сертификацию проводят аккредитованные в Системе органы по сертификации (ОС);
- органы по сертификации, аккредитованные на право проведения сертификации, подписывают договор, в котором указываются делегированные им права на проведение сертификации (область аккредитации, условия и срок, на который им делегированы эти права);
- информация об органах, аккредитованных на проведение сертификации, включается в реестр Системы;
- заявитель - изготовитель (исполнитель), сертифицировавшийся на соответствие требованиям получает «Сертификат соответствия» и «Знак соответствия»;
- заявитель - потребитель (покупатель), сертифицировавший отдельный элемент системы, например, «закупки», получает именной «Сертификат соответствия (качества) закупки»;
- методическое и информационное обеспечение деятельности сертифицируется в Системе на соответствие нормативным требованиям и установленным в Системе требованиям к уровню качества деятельности системы менеджмента.

Установлены три уровня оценки деятельности системы менеджмента:

- **I уровень (***)** – система полностью соответствует нормативным требованиям. Заявитель получает сертификат соответствия, а также знак соответствия с указанием уровня системы менеджмента (***);
- **II уровень (**)** – система в основном соответствует нормативным требованиям, однако отдельные значимые характеристики не соответствуют установленным требованиям.

Заявитель получает сертификат, а также знак соответствия с указанием уровня системы менеджмента – (**);

- **III уровень (*)** – уровень положительных изменений качества: система в большей степени соответствует нормативным требованиям, но по ряду значимых для сертификации характеристик деятельности система менеджмента имеет отклонения от установленных требований. Заявитель получает сертификат, а также знак соответствия с указанием уровня системы менеджмента – (*).

Оплату работ по сертификации осуществляет юридическое или физическое лицо (или группа лиц), обратившееся с заявкой на сертификацию, независимо от результатов сертификации.

Заявитель - потребитель (покупатель), сертифицировавший отдельный элемент системы, например, «закупки», может иметь в дальнейшем право (оговариваемое в договоре на проведение сертификации) на замену полученного «Сертификата соответствия (качества) закупки» на соответствующий «Сертификат соответствия системы менеджмента» и «Знак соответствия системы менеджмента».

Все документы, используемые в Системе сертификации, оформляются на русском языке.

В Системе обеспечивается конфиденциальность информации, составляющей коммерческую тайну.

Система является открытой для участия в ней организаций и организаций различных форм собственности, индивидуальных предпринимателей и физических лиц, заинтересованных в деятельности по добровольной сертификации.

Нормативные документы, используемые для сертификации, должны содержать:

- характеристики системы менеджмента и методы их контроля (проверки);

- требования к экспертам по сертификации и методику их аттестации.

Создание и функционирование Системы сертификации опирается на следующие законы и нормативно-правовые акты российской Федерации:

- Федеральный закон от 27.12.2002 г. №184 – ФЗ (с изменениями от 23.07.2015 г.) «О техническом регулировании»;
- ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования;
- ГОСТ Р 40.003-2008 Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2008 (ИСО 9001:2008);
- «Правила проведения государственной регистрации систем сертификации и знаков соответствия, действующих в Российской Федерации», утвержденные постановлением Росстандарта России от 22.04.99 г. №18 и зарегистрированные Минюстом России от 14.06.99 г. №1795;
- ГОСТ Р ИСО/МЭК 17021-2015 Требования к органам, проводящим аудит и сертификацию систем менеджмента.

Организационную структуру Системы сертификации составляют следующие основные звенья:

- руководящий орган;
- центральный орган по сертификации;
- научно-методический орган;
- органы по сертификации;
- заявители.

Организационная структура Системы сертификации организаций в инфокоммуникационной сфере представлена на рис. 17.



Рис. 17. Организационная структура Системы сертификации

Руководящий орган – Ассоциация «Международный конгресс качества телекоммуникаций» - в научно-технической сфере осуществляет следующие основные функции:

- формирует систему;
- координирует деятельность апелляционной комиссии;
- определяет научно-методическое обеспечение системы;
- рассматривает и принимает решение по апелляциям.

Центральный орган по сертификации – НИИ «Интерэкомс» - осуществляет следующие основные функции:

- разрабатывает общие правила и процедуры;
- участвует в совершенствовании организационно-методических документов;
- уполномочивает орган по сертификации на проведение сертификации;
- осуществляет инспекционный контроль за органами;
- ведет Реестр Системы;
- информирует о результатах деятельности по сертификации;
- организует обучение и аттестацию экспертов по сертификации;

- обеспечивает участников Системы сертификации нормативными и методическими документами.

Научно-методический орган обеспечивает деятельность, которая направлена на подготовку решений по развитию Системы, повышению уровня подготовки и конкурентоспособности экспертов и специалистов, выполняет следующие функции:

- разрабатывает организационно-методические документы Системы, изменения к ним, а также формирует банк данных этих документов;
- осуществляет методическую помощь участникам Системы;
- собирает и анализирует информацию о результатах деятельности по сертификации в Системе и представляет её Центральному органу;
- проводит обучение экспертов по сертификации и участников Системы;
- осуществляет ведение реестра Системы по поручению Центрального органа.

Органы по сертификации выполняют следующие функции:

- проводят сертификацию в пределах области аккредитации;
- оформляют и выдают сертификаты соответствия;
- формируют и актуализируют фонд нормативной документации;
- проводят инспекционный контроль;
- приостанавливают или отменяют действие выданных ими сертификатов;
- создают необходимые условия для проведения ЦОС инспекционного контроля (ИК) за деятельностью органа по сертификации (предоставление необходимой документации, участие персонала в ИК, оплата ИК);

- предоставляют заявителю по его требованию необходимую информацию в пределах своей компетенции.

Заявители:

- направляют заявку и другие документы на проведение добровольной сертификации инновационных организаций;
- обеспечивают соответствие требованиям нормативных документов, на соответствие которым они были сертифицированы;
- доводят до потребителей информацию о результатах сертификации, применяют сертификаты и знаки соответствия, руководствуясь правилами Системы;
- обеспечивают беспрепятственный доступ лицам, осуществляющим контроль;
- извещают орган по сертификации об изменениях, внесенных в нормативную документацию, а также об изменении реквизитов Заявителя.

Порядок проведения работ по сертификации

Сертификация систем менеджмента осуществляется в соответствии с ГОСТ Р ИСО/МЭК 17021-2015 на соответствие требованиям ГОСТ ИСО 9001, ГОСТ Р ИСО 14001, OHSAS 18001, SA 8000.

Сертификация систем менеджмента включает в себя организацию работ (предсертификационный этап) и три этапа сертификации:

- предварительная оценка системы менеджмента;
- проверка и оценка системы менеджмента в организации;
- инспекционный контроль за сертифицированной системой.

Организация работ (предсертификационный этап) включает следующие этапы.

Организация (заявитель), изъявившая желание провести сертификацию системы менеджмента в рамках настоящей Системы, направляет в ОС заявку.

В ОС заявка регистрируется и заявитель информируется о получении заявки. ОС может затребовать от заявителя дополнительные материалы (Руководство по Системам менеджмента, политика в области качества, экологическая политика, данные по проведению внутренних проверок, перечень документов системы менеджмента, структурная схема организации, копии сертификатов, сведения о проверках внешних органов контроля и надзора и т.д.).

Срок рассмотрения заявки и принятия решения о проведении сертификации (отклонении заявки) не должен превышать 10 дней после получения заявки. По результатам рассмотрения заявки и дополнительных материалов ОС принимает решение о возможности проведения сертификации.

Если решение по заявке принимается отрицательное, то ОС аргументированно сообщает заявителю о невозможности проведения сертификации системы менеджмента. При положительном или отрицательном решении по заявке ОС направляет заявителю извещение и проект договора (по типовой форме) на проведение сертификации системы менеджмента, в который включены все виды работ, проводимые на предсертификационном и сертификационном этапах.

К договору прилагаются: календарный план работ и протокол согласования договорной цены. После оплаты работ по договору на проведение сертификации системы менеджмента ОС направляет заявителю комплект материалов, необходимых для предварительной оценки системы менеджмента. Комплект документов, представляемых заявителем для предварительной оценки системы менеджмента, включает:

- исходные данные для предварительной оценки системы менеджмента;
- Руководство по менеджменту, Политика, организационная структура организации.

Один из экземпляров каждого документа, присланного в двух экземплярах, остается в Органе по сертификации. Вторые экземпляры возвращаются заявителю с замечаниями ОС.

Для проведения сертификации системы менеджмента орган, осуществляющий сертификацию, формирует комиссию и назначает главного эксперта (председателя комиссии). Председатель комиссии распределяет обязанности между членами комиссии. Заявителю сообщаются фамилии членов комиссии, и он уведомляется, что может представить обоснованное возражение против конкретного члена комиссии.

Предварительная оценка системы менеджмента осуществляется с целью определения степени готовности проверяемой организации (организации) к сертификации системы менеджмента и целесообразности дальнейшего проведения работ по сертификации.

Предварительная оценка состоит в анализе документов системы менеджмента. Комиссия проводит анализ представленных документов, при необходимости организует сбор и анализ дополнительных сведений о деятельности организации из независимых источников (обществ потребителей, органов Госнадзора и контроля, средств массовой информации).

Этот этап должен основываться, но не ограничиваться, рассмотрением документов. Орган по сертификации может принять решение выполнить этот этап в месте нахождения заявителя для того, чтобы лучше оценить пригодность системы менеджмента.

Этап предварительной оценки системы менеджмента завершается подготовкой письменного заключения (отчёта) о возможности проведения второго этапа работ по сертификации. По результатам предварительной оценки по первому этапу орган по сертификации направляет заявителю заключение. В случае отрицательного заключения оно должно содержать соответствующую аргументацию.

Проверка и оценка системы менеджмента в организации состоит из определенной последовательности этапов:

При подготовке к проверке и оценке системы менеджмента председатель комиссии (главный эксперт) разрабатывает программу проверки с распределением обязанностей между членами комиссии, согласовывает программу с проверяемой организацией, подготавливает рабочие документы (методику проверки и оценки системы менеджмента, перечень вопросов, формы для регистрации наблюдений и др.).

Разногласия по программе проверки согласовываются председателем комиссии и представителем заявителя.

Программа проверки должна содержать следующие разделы:

- наименование организации (заявителя), место проведения проверки;
- цели и область проверки;
- наименование продукции или услуги, на которую распространяется система менеджмента;
- время проведения проверки;
- состав комиссии;
- перечень ссылочных документов (стандарт, на соответствие которому проверяется система менеджмента, Руководство по менеджменту проверяемой организации и др.);
- объекты проверки (элементы системы менеджмента, подразделения, производственная система, продукция);
- закрепление экспертов и представителей проверяемой организации по объектам проверки;
- требования к конфиденциальности;
- указание рабочего языка проверки (при необходимости).

Программа проверки после согласования с организацией–заявителем утверждается органом по сертификации. Дата проведения проверки согласовывается с организацией–заявителем.

Программа проверки должна быть гибкой, допускать изменения в приоритетности проверяемых объектов сертификации.

При проведении проверки каждому эксперту выделяются конкретные области деятельности проверяемой организации.

Обязанности распределяет председатель комиссии.

Рабочие документы применяют для облегчения, упорядочения и повышения эффективности проверки, а также документального оформления акта проверки и отчета.

В число рабочих документов входят:

- перечни контрольных вопросов для оценки системы менеджмента (обычно готовят эксперты в соответствии с распределением обязанностей, а также в соответствии с отраслевой или другой спецификой проверяемой организации);
- формы для документирования вспомогательных данных, подтверждающих заключения экспертов и др.

Рабочие документы рассматриваются как вспомогательные и не должны ограничивать инициативы экспертов или проведение дополнительных проверок, необходимость в которых может появиться на основании информации, полученной в ходе проверки.

Проведение проверки

Проверка включает в себя следующие процедуры:

- предварительное совещание;
- обследование проверяемой организации;
- оценка соответствия системы менеджмента нормативным требованиям;
- составление акта проверки;
- заключительное совещание.

Участниками предварительного совещания являются члены комиссии, руководитель проверяемой организации и (или) его представитель, руководители структурных подразделений, которые согласно программе

проверки подлежат обследованию, главные и ведущие специалисты проверяемой организации.

Целями предварительного совещания являются:

- представление членов комиссии представителям проверяемой организации;
- краткое сообщение о целях, области и программе проверки;
- краткое изложение методов и процедур, используемых при проверке;
- установление официальных процедур взаимодействия между членами комиссии и сотрудниками проверяемой организации;
- обсуждение и уточнение отдельных неясных деталей программы проверки (при необходимости);
- уточнение даты проведения заключительного совещания и, при необходимости, назначение дат промежуточных совещаний комиссии и руководства проверяемой организации.

Обследование проверяемой организации осуществляется путем сбора и анализа фактических данных и регистрации наблюдений в ходе проверки.

Сбор фактических данных производится следующим образом:

- опрос персонала;
- анализ используемых документов;
- изучение заключений и протоколов, актов органов контроля и надзора;
- анализ процессов производства;
- анализ деятельности функциональных подразделений;
- анализ деятельности персонала;
- изучение и оценка проводимых мероприятий по обеспечению выполнения законодательных и нормативных требований.

При проверке осуществляется анализ:

- данных о достигнутых целевых и плановых показателях организации;
- соответствия квалификации персонала установленным требованиям и др.

Все наблюдения, сделанные в ходе проверки, должны быть документированы и иметь четкое и конкретное подтверждение объективными данными.

Данные, указывающие на наличие несоответствий, должны фиксироваться, даже если они не входят в перечень контрольных вопросов, с целью дополнительного обследования и анализа.

После обследования объектов проверки члены комиссии под руководством председателя комиссии рассматривают результаты своих наблюдений, чтобы решить, какие из них должны быть представлены как несоответствия.

Несоответствия фиксируются в терминах конкретных требований документов, на соответствие которым проводится проверка.

Дифференциация наблюдений, сделанных в ходе проверки, осуществляется с целью:

- определения степени соответствия системы менеджмента нормативным требованиям;
- принятия органом по сертификации решения об одобрении (неодобрении) системы менеджмента.

Несоответствия подразделяются на:

- значительные – категория 1 (значительное несоответствие - несоответствие, которое может вызвать возникновение чрезвычайной ситуации, отсутствие одного из элементов системы менеджмента, невыполнение норм и нормативных и законодательных актов, отсутствие выполнения какого-либо требования или указания о нецелесообразности его использования в системе. Например, отсутствие

политики, нераспределение ответственности, аварийная ситуация, катастрофа);

- малозначительные – категория 2 (малозначительное несоответствие – единичное упущение в документации, описании процедуры).

Обнаруженные несоответствия регистрируют на специальных бланках, где обязательно указывают:

- область проверки (объект, элемент);
- конкретный раздел стандарта, к которому относится данное требование;
- детальное описание несоответствия, включая наименование и номер документа (процедуры), материала и т.д., и к какой категории данное несоответствие относится.

Обнаруженные отклонения от требований стандарта должны быть тщательно рассмотрены членами комиссии, проводящими проверку, перед тем, как охарактеризовать их как несоответствия. Окончательное решение принимается председателем комиссии.

Зарегистрированные несоответствия официально предъявляют руководству проверяемой организации (организации). Председатель комиссии дает соответствующие пояснения по каждому несоответствию. Каждое несоответствие должно быть подтверждено объективными доказательствами.

Несоответствие снимает председатель комиссии, если:

- в ходе обсуждения со стороны проверяемой организации представлены дополнительные доказательства того, что обнаруженное экспертом несоответствие не является обоснованным, при этом оформленный бланк регистрации несоответствия аннулируется;
- обнаруженное несоответствие устраняется в ходе проверки. В этом случае в бланке регистрации несоответствий делается отметка об устранении несоответствия. Факт наличия устраненного несоответствия фиксируется в акте о результатах проверки.

В случае обнаружения в ходе аудита чрезвычайных ситуаций комиссия обязана оповестить об этом соответствующие органы контроля и надзора.

Критерии принятия решения

Систему менеджмента признают соответствующей требованиям стандарта после устранения выявленных значительных несоответствий.

Несоответствия, снятые председателем комиссии в ходе проверки (если организация-заявитель представило дополнительные доказательства), считаются отсутствующими.

Несоответствия, устраненные в ходе проверки, не включают в общее количество несоответствий, но в акте проверки и оценки системы менеджмента указывают.

Несоответствие, переведенное в ходе проверки из категории «значительное» в категорию «малозначительное», при подсчете учитывают в группе малозначительных несоответствий.

Составление акта

Результаты проверки, выводы и рекомендации комиссии оформляют в виде Акта о результатах проверки и оценки системы менеджмента.

В акте должны быть представлены результаты обследования объектов проверки, включая систему испытаний, обеспечивающую прямо или косвенно контроль всех характеристик продукции на соответствие требованиям, предусмотренным обязательной сертификацией этой продукции.

В акте комиссия указывает, соответствует или не соответствует система менеджмента заявленному стандарту, дает рекомендацию органа по сертификации о выдаче или отказе в выдаче сертификата соответствия и об устранении выявленных несоответствий в согласованные сроки, если они имеются.

Акт подписывают члены комиссии, председатель комиссии и руководитель проверяемой организации или его представитель, подтверждая тем самым факт ознакомления с актом. Акт тиражируют в трех экземплярах.

К акту прилагаются:

- программа проверки;
- листы (формы) о несоответствиях.

Один экземпляр акта остается в проверяемой организации, один – в ОС, один - направляется в Руководящий орган Системы.

Заключительное совещание

Основная цель заключительного совещания – представить руководству проверяемой организации, главным и ведущим специалистам и руководителям проверенных подразделений результаты проверки и оценки системы менеджмента в доступной для них форме.

Председатель комиссии представляет:

- замечания комиссии в порядке значимости;
- заключение комиссии о соответствии или несоответствии проверенной системы менеджмента требованиям заявленного стандарта или другого нормативного документа;
- рекомендации комиссии о выдаче или отказе в выдаче сертификата соответствия системы менеджмента в виде заключительной части акта о результатах проверки и оценки системы;
- принятие решения по результатам сертификации системы менеджмента и оформление результатов сертификации.

Результатом проверки и оценки системы менеджмента может быть один из трех вариантов:

- система полностью соответствует заявленному стандарту и другим документам, на соответствие которым осуществлялась проверка;
- система в целом соответствует стандарту и другим документам, на соответствие которым осуществлялась проверка, но обнаружены отдельные малозначительные несоответствия по элементам системы;
- система содержит значительные несоответствия.

На основании акта проверки руководитель ОС готовит решение о выдаче (невыдаче) сертификата.

На основе представленных материалов руководитель ОС принимает окончательное решение о выдаче сертификата соответствия, после чего подписывает и регистрирует сертификат соответствия в Реестре Системы и направляет сертификат заявителю. Сертификат подписывает руководитель ОС.

Заявку на сертификацию, акт проверки, решение ОС и копию сертификата направляют в РОС.

Срок действия сертификата соответствия системы менеджмента, как правило, три года при условии проведения ежегодного инспекционного контроля.

В случае отказа в выдаче сертификата соответствия, ОС направляет заявителю письменный мотивированный отказ. Заявитель, не согласный с решением об отказе имеет право в месячный срок направить заявление о несогласии в апелляционную комиссию.

Ресертификация

Организация, имеющее действующий сертификат, по окончании срока его действия может обратиться в ОС с заявкой на ресертификацию. ОС принимает решение о возможности и форме проведения ресертификации.

Предлагаемый порядок рассмотрения апелляций

При возникновении спорных ситуаций в деятельности участников сертификации заинтересованная сторона может подать апелляцию.

Апелляционная комиссия рассматривает апелляции (жалобы, претензии), оформляет решение и направляет его заявителю в срок до одного месяца со дня поступления, а не требующие дополнительного изучения и проверки – не позднее 15 дней.

В тех случаях, когда для разрешения апелляции (жалобы, претензии) необходимо проведение специальной проверки, истребование

дополнительных материалов либо принятие других мер, сроки разрешения апелляции (жалобы, претензии) могут быть в порядке исключения продлены председателем апелляционной комиссии, но не более чем на месяц, с сообщением об этом лицу, подавшему апелляцию (жалобу, претензию).

Реализация дифференцированного подхода к уровням сложившейся системы менеджмента организации позволяет более объективно количественно оценивать достигнутый уровень, а следовательно, более успешно разрабатывать и реализовывать планы повышения конкурентоспособности организаций на инфокоммуникационном рынке.

3.4. Методологические принципы организации обязательной сертификации услуг в инфокоммуникациях

Организационно-методическое обеспечение совершенствования системы оценки менеджмента качества организации непосредственно связано с установлением обязательных требований к предоставлению услуг и исследованиям методологических аспектов организации обязательной сертификации услуг. Установление обязательных требований к услугам должно осуществляться с учетом общепризнанных принципов и норм международного права, определяющих требования для защиты интересов потребителей. Требования к защите потребителей изложены в принятой 9 апреля 1985 г. Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН 39/248 «Защита интересов потребителей».

Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 39/248 устанавливает цели, принципы, которым должны следовать и которые должны применять правительства. Обозначены следующие цели, которым должны следовать правительства стран мира:

- создание структур производства и распределения, способных удовлетворять потребности и запросы потребителей;

- повышение высокого уровня этических норм поведения тех, кто связан с производством и распределением товаров и услуг для потребителей;
- содействие борьбе с вредной деловой практикой всех предприятий;
- создание независимых групп потребителей;
- расширение международного сотрудничества в области защиты интересов потребителей;
- поощрение создания рыночных условий, предоставляющих потребителям больший выбор при более низких ценах.

Руководящие принципы, которые должны применять правительства стран мира в соответствии с экономическими и социальными условиями страны, и потребности населения для удовлетворения законных потребностей:

- защита потребителей от ущерба их здоровью и обеспечение безопасности;
- содействие экономическим интересам потребителей и защите этих интересов;
- доступ потребителей к соответствующей информации, необходимой для компетентного выбора;
- просвещение потребителей;
- наличие эффективных процедур рассмотрения жалоб потребителей;
- свобода создания потребительских и других соответствующих групп или организаций.

Установленные цели и принципы позволяют комплексно, системно подходить к защите интересов потребителей. Руководящие цели и принципы не могут быть достигнуты без создания необходимой инфраструктуры для разработки, осуществления и контроля политики защиты интересов потребителей. Такую инфраструктуру рекомендовано создавать, придерживаясь руководящих принципов, применение которых обеспечивает безопасность и защиту потребителей.

Система руководящих принципов ориентирует на:

- обеспечение безопасности на основе принятия соответствующих мер: поощрение, включая формирование правовых систем, положений о безопасности продукции; применение международных, национальных норм, добровольных норм;
- обеспечение удовлетворительных технических эксплуатационных характеристик, добросовестной деловой практики, соблюдения обязательных норм, информативного маркетинга, эффективной защиты против практики, которая может отрицательным образом затронуть экономические интересы потребителей;
- поощрение добросовестной и эффективной конкуренции, предоставление информации, необходимой потребителю;
- содействие, разработку, применение норм безопасности и качества потребительских товаров и услуг;
- необходимость приложения всех возможных усилий для приведения местных, национальных норм в соответствие с общепризнанными международными нормами;
- поощрение и обеспечение наличия возможностей для проверки и выдачи свидетельств о безопасности, качестве и технических характеристиках основных потребительских товаров и услуг;
- продолжение политики, направленной на обеспечение контроля за качеством продукции, проведение образовательных и исследовательских программ.

Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 39/248 на десятилетия определила тренд регулирования экономики на создание рыночных условий, обеспечивающих безопасность, качество, установление права потребителя на информацию, на безопасность, на просвещение, на возмещение вреда, права объединяться в потребительские организации для защиты собственных интересов.

Основопологающие нормы Конституции РФ создают необходимые условия для реализации Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН 39/248. Согласно ст. 2 Конституции РФ, человек, его права и свободы являются высшей ценностью. В соответствии со ст. 17 Конституции в Российской Федерации признаются и гарантируются права и свободы человека и гражданина согласно общепризнанным принципам и нормам международного права и в соответствии с Конституцией РФ.

Согласно ст. 2, 20, 41 Конституции РФ обеспечиваются защита жизни и здоровья граждан. Защита имущества физических и юридических лиц, государственного или муниципального имущества определяется ст. 8 Конституции РФ, в п. 2 которой признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности.

Охрана окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений определяется ст. 40 и ст. 58 Конституции РФ. Защита исторического и культурного наследия устанавливается ст. 44 Конституции РФ. В Российской Федерации Конституцией обеспечивается защита прав гражданина на объективную информацию, защиту добросовестной конкуренции. Как видим, реализация Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН 39/248 обеспечивается нормами Конституции РФ, Федеральным законом «О защите прав потребителей»¹, Федеральным законом «О техническом регулировании»².

Особое внимание Федеральный закон «О защите прав потребителей» уделяет обеспечению безопасности. Ст. 7 устанавливается право потребителя на безопасность товара (работ, услуг) для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также на непричинение вреда имуществу потребителя. Статья Закона устанавливает обязательные требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, предотвращения причинения вреда имуществу потребителя.

¹ О защите прав потребителей: Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1. - Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

² О техническом регулировании: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ. – Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/

Согласно Федеральному закону «О защите прав потребителей», важно доводить до потребителя комплекс потребительских свойств (работ, услуг), позволяющих удовлетворять потребителя. Вместе с тем перечень потребительских свойств сам по себе не может быть исчерпывающей информацией для удовлетворения потребителя. Исчерпывающая информация должна также содержать наименования показателей и нормативов, которым она должна соответствовать.

На основе анализа требований норм Конституции РФ, Федерального закона «О техническом регулировании», Федерального закона «О защите прав потребителей» можно установить, что обязательные требования к выполнению услуг (работ) должны содействовать достижению целей, приведенных на рис. 18.



Рис. 18. Цели установления обязательных требований к услугам, работам

Остановимся на отдельных вопросах о защите прав потребителя на просвещение и объективную информацию, защите потребителя от недобросовестной рекламы, вводящей потребителя в заблуждение, защите отдельных групп субъектов права.

Защита отдельных групп субъектов права, нуждающихся в оказании постоянной, периодической, разовой помощи, в том числе срочной помощи гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности и (или) расширении его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, гарантируется ст. 2, 39 Конституции РФ. Согласно п. 1 ст. 39 Конституции РФ, каждому гарантируется социальное обеспечение по возрасту, в случае болезни, инвалидности, потери кормильца, для воспитания детей и в иных случаях, установленных законом. Защита отдельных групп субъектов права реализуется на основе норм права, установленных Федеральным законом от 28.12.2013 г. № 442 «Об основах социального обслуживания граждан Российской Федерации»³.

Особое место в системе обязательных требований занимают требования, реализация которых обеспечивает защиту общества от получения социально значимых услуг ненадлежащего качества в области образования, медицины, здравоохранения и др., что может привести к деградации общественного развития, разрушению общества, государства.

Защита права потребителя на просвещение и объективную информацию соответствует руководящим принципам, которые должны применять правительства стран мира для удовлетворения законных потребностей граждан согласно Резолюции Генеральной ассамблеи ООН 39/248: защита потребителей от ущерба их здоровью и безопасности; доступ потребителей к соответствующей информации, необходимой для компетентного выбора; просвещение потребителей, а также основополагающих правовых норм ст. 2, 41, 42 Конституции РФ. Право потребителя на просвещение и объективную

³ Об основах социального обслуживания граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ. - Режим доступа: <https://rg.ru/2013/12/30/socialka-dok.html>.

информацию обеспечивается обязательным включением требований к услугам, работам в образовательные стандарты, общеобразовательные, профессиональные программы, технические регламенты, национальные стандарты.

Согласно п. 2 ст. 10 «Информация о товарах (работах, услугах)» Федерального закона «О защите прав потребителей», *«информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать сведения об основных потребительских свойствах работ (услуг)...»*. Согласно п. 1 ст. 7 «Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)», *«потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, являются обязательными и устанавливаются законом или в установленном им порядке»*.

Согласно п. 4 ст. 7 указанного Закона, *«если на товары (работы, услуги) законом или в установленном им порядке установлены обязательные требования, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, соответствие товаров (работ, услуг) указанным требованиям подлежит обязательному подтверждению в порядке, предусмотренном законом и иными правовыми актами»*.

Не допускается выполнение работы, оказание услуги без информации об обязательном подтверждении соответствия требованиям, указанным в п. 1 ст. 7 данного Закона.

Защита потребителя от недобросовестной рекламы, вводящей потребителя в заблуждение, устанавливается требованиями Федерального

закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»⁴. Данный Закон разделяет рекламу на добросовестную, достоверную и на недобросовестную, недостоверную. Закон не дает определение «недостоверной рекламы», но ч. 3 ст. 5 Закона определяет перечень случаев, когда реклама может быть признана недостоверной. Реклама может быть признана недостоверной в случае, если содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемой услуги (работы), характеристиках, потребительских свойствах, сертификатах соответствия (декларации) или недобросовестной, если содержит некорректные сравнения, порочит честь, достоинство и деловую репутацию конкурента и т.д.

В настоящее время нет перечня услуг, предоставление которых может нарушить безопасность, и есть перечень работ, влияющих на безопасность в сфере инженерных изысканий, архитектурного проектирования, строительства. при выполнении работ на объектах капитального строительства.

Принимая во внимание цели установления обязательных требований, важно рассмотреть состав сфер деятельности, связанных с предоставлением услуг, выполнением работ. Для совершенствования механизма соответствия обязательных требований к предоставлению услуг, выполнению работ за основу можно принять структуру, представленную в следующем виде:

- жилищно-коммунальные услуги;
- транспортные услуги;
- информационно-телекоммуникационные услуги;
- бытовые услуги;
- спортивно-оздоровительные услуги;
- образовательные услуги;
- туристско-экскурсионные услуги;
- медицинские услуги;

⁴ О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

- услуги в сфере здравоохранения;
- услуги в сфере культуры;
- работы в области изысканий, проектирования, строительства.

Это не исчерпывающий перечень услуг, работ для установления обязательных требований к их выполнению с целью обеспечения реализации норм действующего законодательства.

Как видим, в этом перечне информационно-телекоммуникационные услуги занимают важное место. Система оценки менеджмента качества организаций инфокоммуникаций в обязательном порядке должна учитывать обязательные требования для защиты прав потребителей.

Исполнение обязательных требований обеспечивает обязательная сертификация услуг. Обязательная сертификация услуг - одна из форм контроля, регулирования предпринимательских отношений, развития экономики, защиты прав потребителей, общества, выполнения международных и конституционных обязательств государства перед человеком и гражданином.

Однако с вводом Федерального закона от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» в Российской Федерации обязательная сертификация услуг не стала средством регулирования предпринимательских отношений и экономики, что противоречит руководящим принципам для защиты интересов потребителей, основополагающим нормам Конституции Российской Федерации.

«Руководящие принципы для защиты интересов потребителей», принятые Генеральной Ассамблеей ООН 9 апреля 1985 г. (Резолюция 39/248) [1], рекомендуют правительствам стран мира разрабатывать добровольные и обязательные требования, нормы безопасности и качества, информировать и применять необходимые меры по их выполнению субъектами экономических отношений.

Установление на обязательной или добровольной основе требований к услугам, работам в целях защиты прав человека и выполнения обязательств

государств – основа регулирования рыночных отношений, предпринимательских отношений, государственной политики и государственного регулирования предпринимательской деятельности.

После установления обязательных или добровольных требований важно иметь возможность получения необходимой информации об их выполнении и оценить правильность, объективность установленных требований. Сертификация услуг, работ – комплексный инструмент, позволяющий систематизировать требования, нормы, устанавливая факторы риска их невыполнения, стимулировать принятие предупредительных мер для обеспечения соответствия установленным требованиям, нормам, контролировать их соответствие.

Сертификация услуг, работ – неотъемлемая, обязательная часть правового, экономического, информационного механизма, позволяющего регулировать социально-экономические процессы, предпринимательские отношения, побуждающего предпринимать необходимые меры для обеспечения выполнения обязательных требований, установленных норм безопасности, качества.

До ввода в действие Федерального закона «О техническом регулировании» в России создавались правовые условия для обязательной сертификации услуг, работ. В 1993 г. была создана Система сертификации ГОСТ Р, в 1997 г. Постановлением Правительства Российской Федерации от 13.08.1997 № 1013 «Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации»⁵, а в 1998 г. Постановлением Госстандарта Российской Федерации от 23.02.1998 № 5 «О «Номенклатуре продукции и услуг (работ), подлежащих обязательной сертификации»⁶ были заложены правовые основы развития сертификации услуг, работ. Однако наличие

⁵ Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации: Постановление Правительства Российской Федерации от 13.08.1997 № 1013. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15492/

⁶ О «Номенклатуре продукции и услуг (работ), подлежащих обязательной сертификации»: Постановление Госстандарта Российской Федерации от 23.02.1998 № 5. - Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/postanovlenie-gosstandarta-rf-ot-23021998-n-5/>

правовых проблем и принятый Федеральный закон «О техническом регулировании» ограничили последующее регулирование рыночных отношений на основе обязательной сертификации услуг, работ.

Резолюция 39/248 Генеральной Ассамблеи ООН от 9 апреля 1985 г. «Защита интересов потребителей» определила руководящие принципы, которые должны применять правительства стран мира для удовлетворения законных потребностей населения, в их числе:

- защита потребителей от ущерба их здоровью и обеспечение безопасности;
- содействие экономическим интересам потребителей и защита их интересов;
- доступ потребителей к соответствующей информации для компетентного выбора.

Обязательная сертификация услуг – правовое средство, которое на основе оценки выполнения обязательных норм, отражающих безопасность и качество, позволяет защитить потребителя от ущерба, содействует учету его экономических интересов, защищает его от предоставления ему некачественных услуг, позволяет предоставить потребителю необходимую информацию для компетентного выбора.

Развитие обязательной сертификации услуг, работ становится частью инфраструктуры, назначение которой – обеспечение безопасности и качества на основе принятия соответствующих мер, эффективной защиты от практики, которая может отрицательным образом затронуть экономические интересы потребителей. Применение сертификации услуг как инструмента регулирования экономики и регулирования предпринимательских отношений содействует разработке, применению норм безопасности и качества потребительских товаров, услуг, выдаче свидетельств о безопасности, качестве основных потребительских свойств, характеристик услуг. Она также становится частью механизма, обеспечивающего добросовестную конкуренцию.

Обязательная сертификация услуг и работ позволяет реализовать права и свободы человека и гражданина согласно основополагающим нормам Конституции Российской Федерации, определяющим: право на жизнь (п. 1 ст. 20), охрану здоровья и медицинскую помощь (п. 1 ст. 41), право на благоприятную окружающую среду (ст. 41), их признание, соблюдение и защита – обязанность государства (ст. 2)⁷.

Таким образом, международным правом и основополагающими нормами Конституции Российской Федерации, Федерального закона «О защите прав потребителей»⁸ заложена правовая основа для применения обязательной сертификации услуг, работ для регулирования предпринимательских отношений, предупреждения причинения вреда потребителю, третьим лицам при предоставлении услуг, выполнения работ.

Общество и государство должны предпринять необходимые меры для нормативного обеспечения сертификации услуг, работ. Нормативная правовая база сертификации услуг предполагает формирование принципов сертификации услуг, работ, организацию обязательной сертификации услуг, работ некоммерческими организациями. Нормативное обеспечение работ по сертификации услуг, работ может обеспечиваться как нормативными правовыми актами государственных органов власти, так и локальными нормативными правовыми актами некоммерческих организаций.

Согласно ст. 2 «Основные понятия» Федерального закона «О техническом регулировании», сертификация – форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договора.

Согласно п. 2.1 Европейского стандарта EN 450011, сертификация соответствия - *«действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная продукция, процесс или услуга соответствует*

⁷ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993). - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

⁸ О защите прав потребителей: Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

конкретному стандарту или другому нормативному документу». Содержание деятельности по сертификации, установление доказательной базы, обеспечивающей уверенность, что исследуемая определенным образом идентифицированная продукция, процесс, работа или услуга соответствуют определенным требованиям, определяют ответственность третьей стороны за установленную процедуру доказательств, подтверждающих соответствие требованиям.

Под сертификацией услуг, работ предлагается рассматривать действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная услуга, работа соответствует конкретному стандарту, документу, а деятельность организации соответствует принципу добросовестной деятельности и конкуренции.

Система обязательной сертификации представляет собой совокупность правил, порядка проведения обязательной сертификации, принципов, целей обязательной сертификации, нормативно-методологических положений аккредитирующего органа и органа по сертификации. Система обязательной сертификации может быть создана на основе действующих добровольных систем сертификации, зарегистрированных Федеральным агентством по техническому регулированию, если они обладают надлежащей нормативно-методологической базой, опытом работы, обеспечивающих уверенность в объективности и достоверности результатов сертификации.

Обязательная сертификация осуществляется аккредитированным органом по сертификации, если его деятельность соответствует установленным требованиям. Так, например, в сфере отрасли связи и информационных технологий аккредитирующий орган – НИИ экономики связи и информатики «Интерэком» - консультационная компания ООН по промышленному развитию, с 1995 г. обладает уникальным опытом, созданная в нем нормативно-методологическая база охватывает процедуры сертификации нескольких десятков услуг связи и информационных технологий.

Сферы экономической деятельности, требующие прохождения соответствия работ (услуг) и выявления необходимости регулирования отношений, связанных с обязательным подтверждением соответствия работ (услуг), определяются на основе проведенного анализа положений, относящихся к регулированию отношений в сфере установления требований к проведению отдельных видов работ (услуг), анализа реестра зарегистрированных систем добровольной сертификации на предмет наличия систем, область действий которых включает в себя подтверждение работ (услуг) в отдельных сферах, анализ международной практики сертификации работ (услуг), анализ законодательства государств-членов Евразийского экономического союза в сфере оценки (подтверждения) соответствия и практики проведения сертификации работ (услуг), а также основополагающих положений Конституции Российской Федерации и действующих нормативных правовых актов.

Анализ международной практики сертификации работ (услуг) позволяет сделать выводы, что проведение обязательной сертификации работ (услуг), применяется в целях регулирования предпринимательских отношений, достижения национальных целей развития, обеспечения национальной безопасности. Нормативными документами, устанавливающими обязательные требования к сертификации, могут быть как технические регламенты, стандарты, так и нормативные правовые акты органов федеральной и исполнительной власти. Системы сертификации создаются на базе некоммерческих организаций.

Так, например, в крупнейшей экономике мира - США основную роль в системе технического регулирования выполняют стандарты. Они обеспечивают безопасность товаров, работ, услуг. Каждый государственный орган власти обладает правом устанавливать обязательные стандарты.

Анализ опыта применения инструментов сертификации работ (услуг) показывает, что применение обязательного подтверждения соответствия (обязательной сертификации) работ (услуг) в различных сферах

экономической деятельности может содействовать достижению следующих целей:

- 1 Обеспечение национальной безопасности;
- 2 Содействие социально-экономическому развитию;
- 3 Повышение качества оказания услуг, выполнения работ;
- 4 Организация добросовестной деятельности и добросовестной конкуренции;
- 5 Повышение конкурентоспособности экономики Российской Федерации в глобальной конкуренции;
- 6 Развитие сферы экономической деятельности, связанной с оказанием услуг, выполнением работ;
- 7 Улучшение качества жизни граждан в Российской Федерации;
- 8 Достижение стратегических целей развития экономики Российской Федерации;
- 9 Внедрение передовых технологий оказания услуг, выполнения работ;
- 10 Предупреждение действий, вводящих потребителя работ (услуг) в заблуждение.

Деятельность по обязательной сертификации работ (услуг) направлена на защиту интересов потребителя и соответствует реализации руководящих принципов для защиты интересов потребителей, принятых Генеральной Ассамблеей ООН 09 апреля 1985 г. (Резолюция 39/248).

«Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» (Резолюция 39/248), «Руководящие принципы ООН для защиты интересов потребителей», принятые Генеральной Ассамблеей ООН 22.12.2015 г. (резолюция 70/186)⁹, направлены на удовлетворение законных интересов потребителей, защиту от ущерба здоровью, обеспечение безопасности, доступ

⁹ Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей (Приняты 22.12.2015 Резолюцией 70/186 на 81-ом пленарном заседании 70-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН). - Режим доступа: https://zpp.rosпотребнадzor.ru/Show/File/19018/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F%2070_186%20%D0%93%D0%B5%D0%BD.%20%D0%90%D1%81%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%B8%20%D0%9E%D0%9E%D0%9D%20%D0%BE%D1%82%2022.12.2015.pdf

к информации, необходимой для компетентного выбора продукции, просвещение потребителя, создание надлежащей инфраструктуры для контроля политики защиты интересов потребителей. Правительствам стран рекомендовано поощрять добросовестную и эффективную конкуренцию, обязательные нормы безопасности и качества, предоставление потребителю информации, необходимой для принятия компетентных и независимых решений.

Генеральная Ассамблея ООН рекомендовала правительствам стран поощрять и обеспечивать наличие возможностей для проверки и выдачи свидетельств о безопасности, качестве и технических характеристиках основных потребительских товаров и услуг.

Нормативно-правовые основы обязательной сертификации услуг, работ

Анализ конституционно-правовых основ Российской Федерации показывает, что безопасность здоровья, жизни человека, гражданина занимает важное место в регулировании предпринимательских отношений, обязательствах Российской Федерации. Нормы Конституции Российской Федерации определяют обязательства Российской Федерации, органов власти, должностных лиц по обеспечению безопасности.

Согласно ст. 2 Конституции Российской Федерации, человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства. Принимая во внимание уровень развития сферы услуг, невозможно реализовывать государственные задачи по обеспечению безопасности жизни и здоровья человека, гражданина, окружающей среды без обеспечения безопасности работ, услуг.

Защита человека, гражданина при выполнении работ (услуг), влияющих на безопасность, может быть обеспечена установлением обязательных требований к работам (услугам) и организацией работ по подтверждению их соответствия установленным требованиям.

Основополагающие положения ст. 2, 7, 18, 37, 41, 42 Конституции РФ определяют, что Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих безопасность, труд и здоровье людей; каждый гражданин имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности; сокрытие должностными лицами фактов и обстоятельств, создающих угрозу для жизни и здоровья людей, влечет за собой ответственность в соответствии с федеральным законом; государственная защита прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации гарантируется.

Отношения в области безопасности регулируются основополагающим Федеральным законом от 28.12.2010 № 390-ФЗ «О безопасности» (далее - Закон), направленным на реализацию норм Конституции Российской Федерации, защиту жизни и деятельности человека. В Законе определены основные принципы обеспечения безопасности:

- соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина;
- законность;
- системность и комплексность применения мер обеспечения безопасности;
- приоритет предупредительных мер в целях обеспечения безопасности.

Вопросы обеспечения безопасности регулируются нормами Гражданского кодекса Российской Федерации, в частности ст. 1065 «Предупреждение причинения вреда», в которой определено, что *«причинение вреда в будущем может явиться основанием к иску о запрещении деятельности, создающей такую опасность. Если причиненный вред является последствием эксплуатации предприятия, сооружения, либо иной производственной деятельности, которая продолжает причинять вред или угрожает новым вредом, суд вправе обязать ответчика, помимо возмещения вреда, приостановить или прекратить соответствующую деятельность»*. Согласно ст. 12 Гражданского кодекса РФ «Способы защиты гражданских

прав», защита гражданских прав осуществляется признанием прав¹⁰. Пресечение деятельности, создающей угрозу нарушения чужого права, – один из способов защиты гражданских прав.

Техническое регулирование должно быть эффективным, способствовать выполнению международных обязательств, основополагающих положений Конституции Российской Федерации. В настоящее время действующий Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» разграничивает характер регулирования отношения к продукции в вещественной и невещественной форме. Законодательством Российской Федерации услуги (работы) выведены из нормативного правового регулирования как объекты, не представляющие риска. Обязательная оценка соответствия установленным требованиям не проводится.

Федеральный закон «О техническом регулировании» рассматривает основное понятие «техническое регулирование» как *«правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции, или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, а также в области применения на добровольной основе требований к продукции, процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия»*¹¹.

Однако, как показывает анализ основополагающих норм Конституции Российской Федерации, такое разделение не отвечает современным требованиям. Техническое регулирование важно рассматривать как правовое регулирование отношений субъектов права в области установления на

¹⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ. - Режим доступа: <https://base.garant.ru/10164072/>

¹¹ О техническом регулировании: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/

обязательной или добровольной основе требований к продукции (товарам, работам, услугам), процессам производства, эксплуатации, хранения, реализации, утилизации, системам менеджмента организаций.

Предлагаемое основное определение «техническое регулирование» стирает грани технического регулирования между овеществленной продукцией и продукцией, выступающей в форме услуги, положений, регулирующих отношения в сфере установления требований к овеществленной продукции – товару и установлению требований в виде работ (услуг), что способствует повышению безопасности и качества работ (услуг), регулированию предпринимательских отношений на основе принципов безопасной и добросовестной деятельности.

Разграничение правового регулирования отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к овеществленной продукции и к услугам – главная проблема в существующей нормативно-правовой базе в части обеспечения регулирования отношений в сфере установления требований к проведению отдельных видов работ (услуг).

В числе основных проблем существующей нормативно-правовой базы в части обеспечения регулирования отношений в сфере установления требований к проведению отдельных видов работ (услуг) важно также рассматривать отсутствие возможностей устанавливать обязательные требования нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, федеральными органами исполнительной власти, органами власти субъектов Российской Федерации, национальными стандартами. Исходя из абзаца 4 п. 3 ст. 7 «Содержание и применение технических регламентов» Федерального закона «О техническом регулировании», *«не включенные в технические регламенты требования к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, правилам и формам оценки соответствия, правила*

идентификации, требования к терминологии, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения не могут носить обязательный характер» и т.д.

Выявление сфер экономической деятельности, требующих проведения обязательного подтверждения соответствия безопасности и качества оказания услуг, выполнения работ, должно базироваться на разработанных критериях, требующих обязательного подтверждения соответствия (сертификации) отдельных работ (услуг), а именно:

- защите жизни или здоровья граждан; имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества;
- охране окружающей среды, жизни или здоровья животных и растений;
- осуществлении предупредительных мер по обеспечению безопасности для нейтрализации или исключения различных опасностей, угроз, рисков;
- достижении защищенности, сдерживании или устранении опасных воздействий;
- защите потребителей, предупреждении действий, вводящих потребителей в заблуждение;
- качестве социально значимых работ, услуг, определяющих качество и уровень жизни, устойчивость социально-экономического развития экономики.

В процессе выполнения работы разработаны предложения по методологии осуществления обязательной сертификации работ (услуг), определены принципы организации и проведения сертификации, требования к процессу оценки и участникам процесса оценка, определен методологический подход к оценке соответствия.

Разработка предложений по методологии осуществления обязательной сертификации работ (услуг) начинается с формирования целей подтверждения соответствия, которые отличаются от принятых положений согласно ст. 18 «Цели подтверждения соответствия» Федерального закона «О техническом регулировании» выделением таких основных целей, как:

- обеспечение национальной безопасности;

- содействие социально-экономическому развитию;
- повышение качества оказания услуг, выполнения работ;
- организация добросовестной деятельности и конкуренции;
- предупреждение действий, вводящих потребителя работ (услуг) в заблуждение.

Изменение содержания принципов подтверждения соответствия, согласно ст. 19 «Принципы подтверждения соответствия» Федерального закона «О техническом регулировании», определяет в числе основных следующие положения:

- недопустимость применения обязательного подтверждения соответствия к объектам, в отношении которых не установлены требования технических регламентов;
- установление перечня форм и схем обязательного подтверждения соответствия в отношении определенных видов продукции в соответствующем техническом регламенте.

Предлагаются изменения в содержании этих принципов:

- допустимость применения обязательного подтверждения соответствия к объектам, в отношении которых не установлены требования в техническом регламенте, Указе Президента Российской Федерации, Постановлении Правительства Российской Федерации, нормативном правовом акте органа власти, стандарте, решении саморегулируемой организации;
- установление перечня форм и схем обязательного подтверждения соответствия в отношении определенных видов продукции в соответствующем техническом регламенте, Постановлении Правительства Российской Федерации, решении саморегулируемой организации.

Предложенные изменения расширяют состав принципов организации и проведения обязательной сертификации следующими принципами:

- ответственность участников системы сертификации за результаты обязательной сертификации;
- системность и комплексность проведения работ по обязательной сертификации;
- открытость проведения процедуры обязательной сертификации;
- обоснованность оценки проведения работ по обязательной сертификации;
- достоверность оценки проведения работ по обязательной сертификации;
- доступность информации по результатам проведения работ по обязательной сертификации;
- наличие обязательных требований к продукции, подлежащей обязательной сертификации;
- наличие обязательных требований к системам сертификации, органам по сертификации, экспертам в области обязательной сертификации.

Требования к процессам оценки и участникам процесса оценки, методологический подход к обязательной оценке работ (услуг) определяется требованиями Европейского стандарта EN 450011. Согласно п. 2.1. Европейского стандарта EN 450011, сертификация соответствия - *«действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная продукция, процесс или услуга соответствует конкретному стандарту или другому нормативному документу»* [8]. Содержание деятельности по сертификации, установление доказательной базы, обеспечивающей уверенность, что исследуемая определенным образом идентифицированная продукция, процесс, работа или услуга соответствуют установленным требованиям, определяют ответственность третьей стороны за процедуру доказательств, подтверждающих соответствие требованиям, предложенным общим порядком проведения обязательной оценки соответствия (сертификации) работ, услуг с

учетом предложенных схем обязательной сертификации, принципов обязательной сертификации работ (услуг).

Поэтому в целях совершенствования методологии оценки вместо существующего основного определения «сертификация» (ст. 2 Федерального закона «О техническом регулировании»), рассматривающего сертификацию как форму осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров, предлагается использовать основное определение согласно норме европейского стандарта EN 450011.

Предложения по нормативному закреплению требований в отношении обязательной сертификации работ (услуг)

Систематизация результатов анализа нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в сфере установления требований к проведению отдельных видов работ, определяющих необходимость введения обязательной сертификации работ (услуг), позволяет разработать предложения по нормативному закреплению требований в отношении обязательной сертификации работ (услуг) в различных сферах экономической деятельности, сделать выводы о необходимости обеспечения нормативно-правовой базой в Российской Федерации в отношении сфер деятельности, где предусматривается обязательное подтверждение соответствия, т.е. установление в этих сферах деятельности обязательных требований к работам (услугам), если они не установлены или установлены, но не обеспечивают реализацию системного, комплексного подхода, как это требует Федеральный закон «О безопасности».

Предложения по нормативному закреплению требований в отношении обязательной сертификации работ (услуг) в различных сферах экономической деятельности могут быть установлены в законодательных документах, нормативных правовых актах Правительством Российской Федерации,

федеральными органами исполнительной власти, субъектами Российской Федерации, национальными стандартами.

Система обязательной сертификации представляет собой совокупность правил, порядок проведения обязательной сертификации, принципы, цели обязательной сертификации, нормативно-методологические положения аккредитирующего органа и органов по сертификации. Система обязательной сертификации может быть создана на основе действующих добровольных систем сертификации, зарегистрированных Федеральным агентством по техническому регулированию, если они обладают надлежащей нормативно-методологической базой, опытом работы, обеспечивающими уверенность в объективности и достоверности результатов сертификации.

Обязательная сертификация осуществляется аккредитованным органом по сертификации как в добровольных, так и в обязательных системах сертификации, если его деятельность соответствует установленным требованиям. Общий порядок проведения обязательной оценки соответствия (сертификации) работ, услуг должен служить основой для осуществления должным образом действий, позволяющих сформировать доказательную базу соответствия. Он может состоять из схем, применение каждой из них должно вселять уверенность в правильности формирования доказательной базы соответствия сертифицируемой услуги, выполняемой работы.

Схема 1 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки соответствия услуги, работы установленным требованиям, нормативам к услугам, работам на основе социологических исследований, экспертных оценок или статистических данных, раскрывающих практику предоставления услуг, выполнения работ.

Схема 2 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки системы контроля организации за выполнением работ, предоставлением услуг;
- оценки системы компетентности кадров, обеспечивающих предоставление услуги, работы.

Схема 3 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки оборудования, технических средств, применяемых для предоставления услуг, выполнения работ;
- оценки компетентности кадров, обеспечивающих их функционирование.

Схема 4 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки соответствия услуги, работы установленным требованиям одним из методов на основе социологических исследований, экспертных оценок или статистических данных;
- оценки системы менеджмента качества в соответствии с требованиями национального стандарта ГОСТ Р ИСО 9001 «Системы менеджмента качества. Требования»¹².

¹² ГОСТ ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования: Национальный стандарт Российской Федерации. - Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200068732>

Схема 5 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей их отражающих, оценки соответствия услуг, работ установленным требованиям по одному из методов;
- оценки системы контроля организации за выполнением работ, предоставлением услуг.

Схема 6 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки соответствия услуги, работы установленным требованиям, нормативам к услугам, работам на основе социологических исследований, экспертных оценок или статистических данных, раскрывающих практику предоставления услуг, выполнения работ;
- оценки компетентности кадров, обеспечивающих предоставление услуги, работы.

Схема 7 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценка процессов организации, обеспечивающих предоставление услуг или выполнения работ.

Схема 8 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки интегрированной системы менеджмента организации в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001 «Системы

менеджмента качества. Требования», ГОСТ Р ИСО 14001 «Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению»¹³, ГОСТ Р 54934/OHSAS 18001 «Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования»¹⁴.

Схема 9 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- оценки системы менеджмента качества в соответствии с требованиями национального стандарта ГОСТ Р ИСО 9001 «Системы менеджмента качества. Требования».

Схема 10 состоит из:

- оценки состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей, их отражающих;
- аттестации рабочих мест.

Схема 11 состоит из:

- декларирования соответствия – это форма обязательного подтверждения работ (услуг) установленным нормам и требованиям, за достоверность данных о безопасности и качестве которой несет ответственность не орган по сертификации, а заявитель. В декларации обязательно находит отражение состав потребительских свойств, основные характеристики, раскрывающие содержание работ (услуг), обосновывается достаточность установленных требований, показателей, их отражающих, способы

¹³ ГОСТ Р ИСО 14001-2016 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению: Национальный стандарт Российской Федерации. - Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200134681>.

¹⁴ ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007 Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования: Национальный стандарт Российской Федерации. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200094433>.

оценки, применением которых было подтверждено соответствие работ (услуг) требованиям. Применяется при слабом риске причинения вреда.

Как показывает анализ практики функционирования сложившихся систем сертификации работ (услуг), как правило, не все системы сертификации работ (услуг) рассматривают в схемах сертификации анализ и оценку содержания услуги (работы), состав потребительских свойств, существенных характеристик, определяющих содержание услуги, работы, исследуют факторы, влияющие на безопасность и качество услуг, работ.

Приведенные одиннадцать схем сертификации могут быть расширены другими схемами сертификации. При этом при выборе схемы сертификации во всех схемах сертификации услуг, работ важной составляющей рассматривается определение состава потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установление достаточности требований, показателей, их отражающих.

Для обеспечения объективности, добросовестности и независимости работ в области обязательной сертификации услуг, работ важно использовать принципы обязательной сертификации услуг, работ.

Принципы обязательной сертификации услуг, работ:

- недопустимость применения обязательности подтверждения соответствия услуг, работ без установления потребительских свойств, характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы;
- установление схемы обязательной сертификации услуг, работ с целью обеспечения достоверной и объективной информации о выполнении услуг, работ;
- обеспечение защиты интересов и прав человека при проведении обязательной сертификации работ (услуг);
- обеспечение независимости органов по сертификации работ, услуг от изготовителей, продавцов, исполнителей, органов власти;

- ответственность органа по сертификации услуг, работ, исполнителей работ, услуг за объективность и достоверность результатов сертификации;
- недопустимость ограничения конкуренции при осуществлении сертификации услуг, работ;
- исключение права осуществлять деятельность в области обязательной сертификации работ, услуг в случае недобросовестного осуществления деятельности, нарушения объективности, достоверности информации, результатов сертификации;
- применение единой системы правил сертификации работ, услуг;
- выбор схемы обязательной сертификации услуг, работ с учетом степени риска причинения вреда;
- отсутствие коммерческого, финансового или другого давления на орган по сертификации, которое может оказать влияние на объективность, достоверность результатов сертификации;
- необходимость постоянно повышать квалификацию специалистов, экспертов органов по сертификации;
- информационная открытость;
- недопустимость совмещения полномочий органа государственного контроля (надзора) и органов по сертификации.

Требования к органам, проводящим обязательную оценку соответствия (сертификации) работ, услуг

В системах обязательной сертификации услуг, работ особое место отводится органам, проводящим обязательную сертификацию. Требования к органам, проводящим обязательную оценку соответствия (сертификации) работ, услуг должны обеспечить уверенность в том, что их деятельность будет направлена на обеспечение объективности и достоверности при проведении

сертификации. Деятельность органа по сертификации должна гарантировать беспристрастность.

Орган по сертификации должен:

- иметь систему обеспечения качества применительно к виду, области и объему выполняемой работы по сертификации;
- располагать эффективными методами по проведению работ в области сертификации;
- устанавливать порядок проведения работ по сертификации;
- иметь официальный документ, подтверждающий компетентность сотрудников, экспертов;
- обладать эффективными процедурами, гарантирующими конфиденциальность информации, полученной при проведении работ по сертификации;
- вести учет сведений о соответствующей квалификации, подготовке и профессиональном опыте каждого своего сотрудника;
- иметь опыт проведения работ по сертификации услуг, работ;
- осуществлять внутренний аудит для оценки соответствия требованиям;
- вести учет всех жалоб и корректирующих процедур для совершенствования деятельности органа;
- располагать штатным персоналом, соответствующим тому виду, области и объему работ, которые выполняются;
- все сотрудники должны располагать должностными инструкциями, определяющими их обязанности и ответственность;
- персонал должен регулярно повышать квалификацию.

Нормативное закрепление требований в отношении обязательной сертификации работ (услуг) в различных сферах экономической деятельности может осуществляться техническим регламентом (законом) законодательного органа Российской Федерации, субъекта Российской Федерации, указом или постановлением Президента Российской Федерации, постановлением или

распоряжением Правительства, приказом министерства, ведомства, решением, распоряжением местных органов власти или локальным нормативно-правовым актом саморегулируемой организации.

Важную роль в создании условий для проведения обязательной сертификации работ (услуг) могут выполнять саморегулируемые организации. Саморегулируемые организации как источники технического регулирования могут устанавливать обязательные требования к безопасности, качеству работ (услуг), обязательной сертификации работ (услуг), что позволит реализовывать принцип безопасности и добросовестной деятельности при регулировании предпринимательских отношений.

В условиях рыночной экономики реализация основополагающих принципов регулирования общественных отношений с целью организации безопасной и добросовестной деятельности становится одним из условий рассмотрения Российской Федерации в качестве социального государства. Вместе с тем следует отметить и иметь в виду важность создания механизма, который стимулировал бы субъекты права, предоставляющие услуги, влияющие на безопасность, осуществлять работы по обязательной сертификации услуг. Таким механизмом могло бы стать снижение налоговой ставки на доход (прибыль) на величину средств, затраченных на проведение работ по обязательной сертификации услуг.

Выводы по Главе III

1) В монографии выделяются два главных аспекта совершенствования технического регулирования в инфокоммуникационной сфере – аудит и совершенствование организационно-методической основы системы оценки менеджмента.

2) В законодательной сфере в системе технического регулирования аудит системы менеджмента качества, технологический аудит, аудит бизнес-процессов, процессов предоставления услуг не получили должного

закрепления. Вместе с тем, аудиты в сфере технического регулирования, не относясь к сфере обязательного применения, оказывают большое влияние в повышении конкурентоспособности российских организаций в инфокоммуникационной сфере, обеспечения функционирования единой сети электросвязи РФ.

3) Аудит – самостоятельное направление в сфере технического регулирования, не относится к сфере обязательного применения, но его применение позволит повысить эффективность российской экономики, конкурентоспособность российских организаций, а в сфере инфокоммуникаций безопасность и качество функционирования единой сети электросвязи России. Под аудитом предлагается рассматривать комплексное независимое исследование профессионализма организаций всех сторон или отдельной стороны технического регулирования применительно к объекту исследования.

4) Предметом аудита системы менеджмента качества предлагается рассматривать независимый контроль достоверности предоставляемых данных о функционировании системы менеджмента качества, их соответствия требованиям стандартов, договоров, оценки результативности, эффективности системы менеджмента, разработка рекомендаций по повышению эффективности и результативности систем менеджмента.

5) Основные цели аудита системы менеджмента качества согласуются с основными целями реформирования системы технического регулирования, обеспечивают повышение конкурентоспособности российских организаций, расширяют возможности выбора организациями коммерческих решений, повышают конкурентоспособность российской экономики.

6) Проведение работ по аудиту систем менеджмента качества требует разработки организационно-методических принципов проведения аудита систем менеджмента качества для обеспечения эффективности функционирования этого направления оценки соответствия.

7) Организационно-методические принципы оценки соответствия системы менеджмента качества предполагают совершенствование системы сертификации менеджмента качества с учётом специфики инфокоммуникаций, становления организационно-методических принципов проведения аудита, сертификации системы менеджмента качества.

8) Особенностью современного этапа на рынке инфокоммуникаций предполагают поиск подходов к оценке соответствия. В основе предполагаемых подходов предлагается рассматривать способ формирования системы сертификации организаций, учитывающий отраслевую специфику и установление дифференцированного уровня оценки системы менеджмента организаций. Предложенные организационно-методические принципы оценки соответствия системы менеджмента, организационная структура систем сертификации, этапы организации работ позволяют на практике реализовать новый подход к организации сертификации систем менеджмента, оценки их результативности в инфокоммуникационной сфере.

9) Обязательные требования к предоставлению услуг, выполнению работ должны содействовать достижению ключевых целей, в числе которых защита жизни и здоровья человека, имущества физических и юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охрана окружающей среды, защита жизни или здоровья животных и растений, защита исторических и культурных памятников, защита общества от получения социально значимых услуг ненадлежащего качества, защита прав потребителя, защита прав потребителя на получение объективной информации о предоставляемых услугах, выполняемых работах, предупреждение действий, вводящих потребителя в заблуждение, установление требований по предупреждению причинения вреда, защита отдельных групп субъектов права, защита добросовестной конкуренции.

10) Под сертификацией услуг, работ предлагается рассматривать действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная услуга, работа

соответствует конкретному стандарту, документу, а деятельность организации соответствует принципу добросовестной деятельности и конкуренции.

11) Концептуальную основу обязательной сертификации услуг, работ составляют цели, тринадцать основных принципов, одиннадцать схем сертификации, которые должны применяться в зависимости от степени риска причинения вреда, особенности отраслей и сфер экономической деятельности, организации деятельности конкретного предприятия.

12) Установленные схемы сертификации услуг, работ имеют важную особенность, во всех схемах сертификации услуг, работ важной составляющей рассматривается определение состава потребительских свойств, основные характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей их раскрывающих.

13) Реализация предложенных систем требований и общий порядок проведения обязательной оценки соответствия (сертификации) услуг, работ обеспечивают уверенность в объективности и достоверности результатов сертификации.

14) Необходимость введения обязательной сертификации услуг, работ – важная народнохозяйственная, социально-экономическая задача, решение которой влияет на повышение конкурентоспособности национальной экономики, совершенствование государственного регулирования, развитие отраслей и сфер экономической деятельности.

15) Анализ международной практики показывает, что обязательная сертификация услуг, работ применяется как инструмент регулирования национальных экономик, предупреждение причинения вреда, организации добросовестной деятельности, защиты человека, окружающей среды.

16) Под сертификацией услуг, работ предлагается рассматривать действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная услуга, работа соответствует конкретному стандарту, документу, а деятельность организации соответствует принципу добросовестной деятельности и конкуренции.

17) Концептуальную основу обязательной сертификации услуг, работ составляют цели, тринадцать основных принципов, одиннадцать схем сертификации, которые должны применяться в зависимости от степени риска причинения вреда, особенности отраслей и сфер экономической деятельности, организации деятельности конкретного предприятия.

18) Установленные схемы сертификации услуг, работ имеют важную особенность, во всех схемах сертификации услуг, работ важной составляющей рассматривается определение состава потребительских свойств, основные характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установления достаточности требований, показателей их раскрывающих.

19) Реализация предложенных систем требований и общий порядок проведения обязательной оценки соответствия (сертификации) услуг, работ обеспечивают уверенность в объективности и достоверности результатов сертификации.

Заключение

1. Главная тенденция развития современной экономики непосредственно связана с созданием информационного общества, изменением места и значения инфокоммуникаций в национальной экономике – материально-технической основой инфокоммуникационного общества. Условие развития национальных экономик в XXI веке во многом определяется тем, насколько будет обеспечено развитие инфокоммуникационной среды.

Знания и инфокоммуникации становятся основой долговременного устойчивого развития экономики любой страны. Место России в международных рейтингах в области развития инфокоммуникаций показывает важность совершенствования систем управления организаций, функционирующих в сегменте инфокоммуникаций, повышения качества услуг и информационных технологий, так как недооценка этого фактора, несомненно, приведёт к отставанию социально-экономического развития страны. Организация связи в монографии рассматривается как сервисная организация, услуги которой потребляются в процессе производства, совпадают с процессом их предоставления, существенно влияют на технологические процессы во всех сферах деятельности: здравоохранении, образовании, промышленности, инфраструктуры, сельском хозяйстве. Сервисная организация имеет большое количество контактов с клиентами. Эти особенности требуют соответствующей организации деятельности.

2. Эволюция систем управления непосредственно связана с развитием, применением системного подхода к управлению, процессной модели, построенной на базовых принципах, без учёта которых не может быть создана эффективная система менеджмента организации. Это позволяет рассматривать применение международного стандарта ИСО 9001 как отправную точку развития систем управления организаций связи. В работе показано, что применение стандарта ИСО 9001 имеет успешный характер во многих сферах экономики. Во всех прогрессивно-развитых странах применение стандарта стало основой повышения конкурентоспособности

организаций и регионов. Важно учитывать, что успех применения во многом определяется законодательной основой, внимание правительства и руководства организаций к результативному применению стандарта ИСО 9001. Делается вывод о необходимости планирования и статистическом учёте реализации стандарта в масштабах страны, регионов, отраслей народного хозяйства.

Показана эффективность применения стандарта, разноплановость его влияния на управление, экономику организаций, достижение преимуществ в конкурентной среде.

3. Институциональная среда, культура управления - факторы активного влияния на успешность деятельности стран, регионов, хозяйствующих субъектов. От уровня культуры управления зависит уровень жизни, качество жизни, производительность труда, устойчивость национальной экономики и экономики регионов.

Уровень культуры управления может быть существенным образом изменен применительно к определенному хозяйствующему субъекту или региону в целом. Исследования показывают, что эти изменения могут произойти за счет активного применения международных стандартов управления.

4. Эффективность применения международных стандартов управления в организациях, компаниях оценивается через финансовые и нефинансовые показатели, в органах госуправления - через количественные показатели, отражающие их функциональное назначение, результативность деятельности. Степень распространения международных стандартов в национальном масштабе или в масштабе регионов должна характеризоваться не только абсолютным показателем «количество сертифицированных организаций», но и относительным показателем «количество сертифицированных организаций на 100 000 человек населения».

На примере распространения международного стандарта ИСО 9001 видно, что уровень жизни и производительность труда зависят от степени

проникновения международных стандартов управления в деятельность хозяйствующих субъектов, регионов.

Правильное применение международных стандартов управления - важная часть научного менеджмента. При моделировании государственного регулирования территориального развития, разработке федеральных, региональных целевых программ социально-экономического развития важно содействовать широкому распространению международных стандартов управления.

Страны и регионы заинтересованы в росте числа хозяйствующих субъектов, соответствующих международному стандарту ИСО 9001, и в его масштабном проникновении на все уровни управления и во все сегменты экономики в большей мере, чем отдельные хозяйствующие субъекты. Все это обуславливает необходимость изменения норм, правил, законов, институциональной среды, создания механизма стимулирования и ускорения процессов, в частности, налогового режима, инвестиционного климата, банковской, кредитной политики и т.д.

5. Международные стандарты управления - инструмент государственной, региональной, корпоративной политики, обеспечивающий как формирование этой политики в целом, так и её реализацию в практической среде.

Современный анализ социально-экономического развития региона не может быть полным, если в нем не учитывается степень распространения международных стандартов управления. Государственное регулирование территориального развития должно стимулировать и активизировать широкое и реальное применение международных стандартов управления, создавать все условия для этого.

6. В исследовании показаны риски, которые даже в случае применения ИСО 9001 могут привести к тому, что организация не получит ожидаемого результата, а конкурентоспособность её при этом не изменится.

Анализ и классификация факторов неудовлетворительного применения стандарта имеют большое значение для развития инфокоммуникаций.

Фактором успеха является не формальное наличие сертификата, а эффективное применение принципов, требований и рекомендаций по использованию стандарта в конкретном хозяйствующем субъекте. На фоне множества случаев несоответствий особое значение приобретают экспертные услуги по оценке эффективности системы управления и применения международных стандартов управления.

Причинами неудачного, формального применения международных стандартов ИСО 9001 становятся:

- подмена реального внедрения СМК получением сертификата;
- формальное внедрение СМК;
- неправильный подбор кадров;
- недостаточная компетентность руководителей и исполнителей в вопросах теории и практики применения международных стандартов управления.

7. Главная цель системы менеджмента качества - демонстрация способности организации последовательно удовлетворять запросы потребителей и нацеливать деятельность всей организации на непрерывное улучшение удовлетворённости потребителей. Поэтому становится важным регулярно и постоянно проводить исследования удовлетворённости потребителей.

Удовлетворённость потребителей относительна. Наличие удовлетворённых потребителей может оказаться недостаточным, если потребители ваших конкурентов очень удовлетворены.

Так как коэффициент удовлетворённости дает меру преуспевания организации в удовлетворении запросов потребителей, общая характеристика организации может быть зафиксирована по всем отраслям промышленности при условии проведения поискового исследования и основного исследования, основанного на важных для потребителей аспектах.

Сравнение с непосредственными конкурентами может также оказаться полезным для организаций, работающих на рынках с очень большой конкуренцией.

Некоторые организации более успешны в удовлетворении своих потребителей, чем другие. Наиболее успешные из них:

- имеют представителей высшего руководства, которые придерживаются единства слова и дела в отношении удовлетворения потребителей;
- постоянно напоминают сотрудникам о важности потребителей;
- используют точные методологии для измерения удовлетворённости потребителей;
- обеспечивают широкую обратную связь с сотрудниками и потребителями по результатам исследования;
- очень быстро после окончания исследования принимают решения о приоритетах для улучшений и реализуют эти решения;
- в промежутках между исследованиями поддерживают сосредоточенность внимания каждого из сотрудников на удовлетворении потребителей.

Организации, преуспевающие в удовлетворении своих потребителей, приобретают следующие преимущества:

- лояльность потребителей;
- повторный бизнес и рекомендованные потребители;
- хорошие результаты деятельности, такие как доход и доля на рынке;
- конкурентное преимущество.

Другими словами, удовлетворённость потребителя окупается. В соответствии со стандартом ГОСТ Р ИСО 10014-2010, ожидаемый эффект заключается в:

- повышении доходов;
- повышении конкурентоспособности;

- дополнительном привлечении, удерживании и лояльности потребителя;
- улучшении работы в цепи поставок;
- сокращении срока выхода на рынок;
- расширении деятельности, повышении надежности и устойчивости организации.

Постоянная оценка удовлетворённости потребителей важна в управлении не только для оценки собственной деятельности, но и для оценки достигнутых результатов деятельности конкурентов.

Правильная, объективная оценка фактического уровня удовлетворённости важна для целей планирования, маркетинга, организации технологий. При этом важно понимать не только достигнутые результаты, по отдельным критериям отражающие удовлетворённость, но и по комплексному интегральному показателю, обеспечить постоянное наблюдение, контроль за динамикой результатов. Наибольших результатов удается достигнуть, когда данную работу делает сторонняя организация, профессионально выполняющая эти работы, незаинтересованная в искажении результатов.

В информации по объективной оценке удовлетворённости потребителей заинтересованы органы местного, регионального управления. Мониторинг качества услуг связи выступает в современных условиях важной частью муниципального, регионального управления. Своевременная информация о удовлетворённости потребителей поможет объективно определять цели, задачи, условия достижения поставленных целей и корректировать текущую политику.

8. В исследовании выделяются два главных аспекта совершенствования технического регулирования в инфокоммуникационной сфере – аудит и совершенствование организационно-методической основы системы оценки менеджмента.

В законодательной сфере в системе технического регулирования аудит системы менеджмента качества, технологический аудит, аудит бизнес-

процессов, процессов предоставления услуг не получили должного закрепления. Вместе с тем, аудиты в сфере технического регулирования, не относясь к сфере обязательного применения, оказывают важное влияние в повышении конкурентоспособности российских организаций в инфокоммуникационной сфере, обеспечения функционирования единой сети электросвязи РФ.

Аудит – самостоятельное направление в сфере технического регулирования, не относится к сфере обязательного применения, но его применение позволит повысить эффективность российской экономики, конкурентоспособность российских организаций, а в сфере инфокоммуникаций - безопасность и качество функционирования единой сети электросвязи России.

Под аудитом предлагается рассматривать комплексное независимое исследование профессионализма организаций со всех сторон или с отдельной стороны технического регулирования применительно к объекту исследования.

9. Проведение работ по аудиту систем менеджмента качества требует разработки организационно-методических принципов проведения аудита систем менеджмента качества для обеспечения эффективности функционирования этого направления оценки соответствия.

Организационно-методические принципы оценки соответствия системы менеджмента качества предполагают совершенствование системы сертификации менеджмента качества с учётом специфики инфокоммуникаций, становления организационно-методических принципов проведения аудита, сертификации системы менеджмента качества.

Особенностью современного этапа на рынке инфокоммуникаций стал поиск подходов к оценке соответствия. В основе предполагаемых подходов предлагается рассматривать способ формирования системы сертификации организаций, учитывающий отраслевую специфику и установление дифференцированного уровня оценки системы менеджмента организаций. Предложенные организационно-методические принципы оценки соответствия

системы менеджмента, организационная структура систем сертификации, этапы организации работ позволяют на практике реализовать новый подход к организации сертификации систем менеджмента, оценки их результативности в инфокоммуникационной сфере.

10. В работе также предложен состав показателей для оценки эффективности внедрения СМК (на примере малых инновационных организаций). Предлагаемые показатели характеризуют эффективность СМК с разных точек зрения и ориентированы на удовлетворение требований заинтересованных сторон (потребители, персонал, владельцы и акционеры). Для оценки эффективности предлагается использовать как количественные, так и качественные показатели.

11. Обязательные требования к предоставлению услуг, выполнению работ должны содействовать достижению ключевых целей, в числе которых защита жизни и здоровья человека, имущества физических и юридических лиц, государственного или муниципального имущества, охрана окружающей среды, защита жизни или здоровья животных и растений, защита исторических и культурных памятников, защита общества от получения социально значимых услуг ненадлежащего качества, защита прав потребителя, защита прав потребителя на получение объективной информации о предоставляемых услугах, выполняемых работах, предупреждение действий, вводящих потребителя в заблуждение, установление требований по предупреждению причинения вреда, защита отдельных групп субъектов права, защита добросовестной конкуренции.

12. Под сертификацией услуг, работ предлагается рассматривать действие третьей стороны, доказывающее, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что должным образом идентифицированная услуга, работа соответствует конкретному стандарту, документу, а деятельность организации соответствует принципу добросовестной деятельности и конкуренции.

13. Концептуальную основу обязательной сертификации услуг, работ составляют цели, тринадцать основных принципов, одиннадцать схем

сертификации, которые должны применяться в зависимости от степени риска причинения вреда, особенности отраслей и сфер экономической деятельности, организации деятельности конкретного предприятия.

14. Установленные схемы сертификации услуг, работ имеют важную особенность, во всех схемах сертификации услуг, работ важной составляющей рассматривается определение состава потребительских свойств, основные характеристик, раскрывающих содержание услуги, работы, установление достаточности требований, показателей их раскрывающих.

15. Реализация предложенных систем требований и общий порядок проведения обязательной оценки соответствия (сертификации) услуг, работ обеспечивают уверенность в объективности и достоверности результатов сертификации.

Библиографический список

1. Адлер Ю.П. Восемь принципов, которые меняют мир // Стандарты и качество. - 2001. - №№5-6.
2. Адлер Ю.П., Турко С.В. Хороший потребитель - довольный потребитель, или Что приходит в голову, когда говорят про удовлетворенность и лояльность. – М.: Стандарты и качество, 2006.
3. Александровская Л.Н. Управление качеством и реинжиниринг организации. – М.: Логос, 2003.
4. Алешин Б.С., Александровская Л.Н., Круглов В.И., Шолом А.М. Философские и социальные аспекты качества. – М.: Логос, 2004.
5. Додд Аннабел З. Мир телекоммуникаций. Обзор технологий и отрасли. – М.: Олимп-Бизнес, 2002.
6. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. – М.: АНО «ИПЭВ», 2009.
7. Барнард Честер Функции руководителя. Власть, стимулы и ценности в организации. – М.: Социум, 2012.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования. – М.: Академия, 2004.
9. Брагин В.В., Корольков В.Ф. Управление организацией. Стратегия развития бизнеса. – Я.: Центр качества, 2006.
10. Булгак В.Б. Теория и проектирование управляющих систем электросвязи. – М.: Радио и связи, 1995.
11. Варакин Л.Е. Глобальное информационное общество: критерии развития и социально-экономические аспекты. – М.: Междунар. акад. связи, 2001.
12. Вершинская О.Н. Информационное неравенство как социологическая проблема // Информационное общество. - 2001. - № 4.
13. Вершинская О.Н. Существующие модели построения информационного общества // Информационное общество. - 1999. - № 3.
14. Волокитин А.В. Россия: от информатизации - к информационному обществу // Информационное общество - 1999. - № 3.
15. Гвишиани Д.М. Организация и управление. - М.: Наука, 1972.
16. Гиссин В.И. Управление качеством. – М.: МарТ, 2003.
17. Глушакова Т. Замеры удовлетворённости потребителей и управление организациям // Альманах Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. - 2001. - № 6.
18. Голубицкая Е.А. Экономика связи. – М.: ИРИАС, 2006.
19. ГОСТ 1.0-68. Государственная система стандартизации. Основные положения.
20. Григорьева Ю.Ю. Менеджмент. - Режим доступа: <http://do.rksi.ru/library/courses/men/book.dbk>.
21. Декларация принципов. Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии / Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. – Женева, 2003.

22. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
23. Джордж С., Ваймерскирх А. Всеобщее управление качеством / Пер. с англ. – М.: Виктория плюс, 2002.
24. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: «Вильямс», 2007.
25. Друкер П. Классические работы по менеджменту. – М., Юнайтед пресс, 2010.
26. Жоанбланк К. «Оценка качества нашей работы не поднимется сама собой, как температура не снизится только от того, что вы ее измерили» // Век качества. 2009. № 4.
27. Исикава К. Японские методы управления качеством / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998.
28. Карлик А.Е., Шухгальтер М.Л. Экономика организации: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2009.
29. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
30. Кашлев Ю.Б. Становление глобального информационного общества и место России // Информация. Дипломатия. Психология: Сборник материалов "круглого стола" и лекций преподавательской кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью ДА МИД России. – М., 2002. – С. 28.
31. Кокран Крэйг. Нас много - потребитель один: ориентируемся на потребителя. – М.: Стандарты и качество, 2008.
32. Компетентный подход к внедрению систем менеджмента качества: пер. с англ. – М.: Стандарты и качество, 2002.
33. Комплекс работ по определению требований к организационно-техническому обеспечению устойчивого функционирования единой сети электросвязи Российской Федерации. – М.: НП СРО «СтройСвязьТелеком», 2010.
34. Конти Т. Качество. Упущенная возможность? – М.: Стандарты и качество, 2007.
35. Кудинов А. и др. CRM. Практика эффективного бизнеса. – М.: ИС-Паблицер, 2012.
36. Кузовкова Т.А., Тимошенко Л.С. Анализ и прогнозирование развития инфокоммуникаций. – М.: Горячая линия – Телеком, 2009.
37. Кузовкова Т.А. Статистика связи. – М. Радио и связь, 2003.
38. Лапунов А.Н. Совершенствование систем управления компаниями // Век качества. – 2004. - № 5.
39. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление качеством. – М.: ОМЕГА-Л, 2007.
40. Макаров В.В. Телекоммуникации России: состояние, тенденции и пути развития: Монография. – М.: ИРИАС, 2007.
41. Макаров В.В., Горбачев В.Л., Желтоносов В.М., Колотов Ю.О. Новая экономика: интеграция рынков финансовых и инфокоммуникационных услуг. – М.: Academia, 2009.

42. Макаров В.В. Методологические подходы к созданию интегрированной СМК в инфокоммуникациях // Век качества. - 2011. - № 6.
43. Макаров В.В., Слущкий М.Г. Процесс проектирования телекоммуникационных объектов как составная часть СМК организаций // Век качества. - 2012. - № 1.
44. Малютин И.С. Информационное общество: проблемы становления и развития: Автореферат монографии на соискание ученой степени доктора философских наук. - М., 1997. – 23 с.
45. Мардер Н.С. Современные телекоммуникации. – М.: Ириас, 2006.
46. Маслов Д. Функциональная модель оценки менеджмента // Методы менеджмента качества. – 2005. - № 3.
47. Менеджмент. Век XX – век XXI. Антология / Сост. Петровская И. – М., Экономика, 2004.
48. Мескон М. и др. Основы менеджмента. - М.: Вильямс, 2009.
49. Михайлов В. С. Теория управления. - Киев: Головное издательство, 1988.
50. Сизьмин М.А., Третьякова Т.А. Мониторинг удовлетворённости потребителей качеством услуг ФГУП «РЧЦ ЦФО» // Век качества. - 2009. - № 3.
51. Мхитарян А.Ю. Внутренний аудит СМК и его особенности в организациях связи // Век качества. - 2009. - № 3.
52. Мхитарян А.Ю. Оценка СМК организаций связи // Век качества. -2009. - № 4.
53. Мхитарян А.Ю. Оценка удовлетворённости потребителей услуг связи // Мир стандартов. - 2009. - № 8(39).
54. Мхитарян А.Ю. Формирование СМК и её особенности в организациях связи // Век качества. - 2009. - № 2.
55. Мхитарян А.Ю. Эффективная система менеджмента – основа успешной деятельности организации // Век качества. - 2009. - № 1.
56. Мхитарян Ю.И., Лагутин В.С. Совершенствование бизнеса на основе оценки и управления качеством услуг. – М.: Интерэкомс, 2004.
57. Настольная книга внутреннего аудитора /Свиткин М.З., Рахлин К.М., Мацута В.Д., Дымкина О.Д. – СПб.: Издательский дом Измайловский, 2003.
58. Нечитайко А.И., Карлик А.Е. Экономика организации. – СПб.: Проспект, 2011.
59. Овчинников Ю.В. Место и роль России в развитии мировой системы телекоммуникаций: Автореферат монографии на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М., 2002.
60. Окинавская Хартия глобального информационного общества // МИД Японии. - Режим доступа: <http://www.mofa.go.jp/policy/economy/summit/2000/documents/charter.html>
61. Окрепилов В.В. Менеджмент качества. В 2-х т. – СПб.: Наука, 2007.
62. Окрепилов В.В. Управление качеством. – СПб.: Наука, 2000.
63. Окрепилов В.В. Эволюция качества. – СПб.: Наука, 2008.

64. Организация строительного производства / Цай Т.Н. Грабовый П.Г. и др. - М.: Изд-во АСВ, 1999.
65. Оситис А.П. Рынок телекоммуникационных услуг: проблемы регулирования. – М.: Мысль, 2002.
66. Оситис А.П. Российский менеджмент: технологии успеха. – М.: Мысль, 2005.
67. Основы инфокоммуникационных технологий: Учебное пособие. – М.: Горячая линия – Телеком, 2009.
68. Основы построения телекоммуникационных систем и сетей: Учебник. – М.: Горячая линия - Телеком, 2008.
69. ОТС 45.127-99. Отраслевой стандарт. Система обеспечения информационной безопасности Взаимоуязвимой сети связи Российской Федерации. Термины и определения.
70. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход. – СПб: Питер, 2001.
71. Пейн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов. – М.: Гревцов Паблишер, 2007.
72. Нив Г.Р. Пространство доктора Деминга. Принципы построения устойчивого бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2005.
73. Разработка стандартов в области услуг связи / Центр сертификации услуг связи – М.: Интерэкомс, 2008.
74. РД 45.004-99. Система показателей качества услуг местной телефонной связи. – М., Минсвязи России, 2000.
75. Резникова Н.П., Демина Е.В. Менеджмент в телекоммуникациях. – М.: Эко-Трендз, 2005.
76. Рекомендация МСЭ-Т У.101.
77. Самойлов Ю.Н., Хирл Роберт, Томсон Н.Г. Методическое пособие по самооценке компаний на основе критериев производственной системы Toyota. – М.: Деловое совершенство, 2011.
78. Системы, методы и инструменты менеджмента качества, учебник для вузов, Иванов Б.К. и др. – СПб.: Питер, 2011.
79. Стандарт ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М.: Стандартинформ, 2015.
80. Стандарт ГОСТ ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. – М.: Стандартинформ, 2015.
81. Стандарт ГОСТ Р ИСО 9004-2015 Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества. – М.: Стандартинформ, 2015.
82. Стандарт ГОСТ Р ИСО 10014-2008. Менеджмент организации. Руководящие указания по достижению экономического эффекта в системе менеджмента качества.
83. Стандарт ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения. – М.: Издательство стандартов, 1994.
84. Стандарт ГОСТ Р 52448-2005. Обеспечение безопасности сети электросвязи. – М.: Стандартинформ, 2005.

85. Стандарт ГОСТ Р 53733-2009. Системы менеджмента качества организаций, предоставляющих услуги связи. Требования. Разработка ГОСТ Р. – М.: Стандартинформ, 2011.
86. Тверская И.В. CRM-технологии как основа новых отношений с клиентом: Доклад на конференции «Стратегия и практика успешного менеджмента». – М., 2005.
87. Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента. - 1911.
88. Тихвинский В.О., Володина Е.Е. Подвижная связь третьего поколения. Экономика и качества услуг. – М.: Радио и связи, 2005.
89. Тихвинский В.О., Терентьев С.В. Управление и качество услуг в сетях GPRS/UMTS. – М.: Эко-Трендз, 2007.
90. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: АСТ, 2009.
91. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2010.
92. Туоминен К. Качество управления изменениями. – М.: Стандарты и качество, 2008.
93. Управление организацией для студентов вузов / Под ред. Поршнева А.Г., Румянцевой З.П., Саломатина Н.А. Изд. 4-е, перераб., доп. – М.: ИНФРА-М, 2008.
94. Управление качеством продукции: Справочник / Под ред. В.В. Бойцова и А.В. Гличева. – М.: Изд-во стандартов, 1985.
95. Управление – это наука и искусство. Антология / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд. – М.: Республика, 1992.
96. Файоль А. Общее и промышленное управление. - 1916.
97. Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 № 126-ФЗ.
98. Федулова И.В. Операторы электросвязи: механизмы экономического взаимодействия. – М.: Муниципальный мир, 2004.
99. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции. / Пер. с англ. - М.: Экономика, 1986.
100. Фоксвелл К. Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в сфере услуг. – М.: Стандарты и качество, 2002.
101. Фукуяма Ф. Великий разрыв. – М.: АСТ, 2008.
102. Харрингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях. – М.: Экономика, 1990.
103. Хилл Н., Сельф Б., Роше Г. Измерение удовлетворённости потребителя по стандарту ИСО 9000:2000. – М.: Технологии ИД, 2004.
104. Черкашин П. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.
105. Чернов А.А. Становление Глобального информационного общества: проблемы и перспективы. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003.
106. Шварц П. Оценка степени удовлетворённости потребителя. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007.
107. Шокина Л.И. Оценка качества менеджмента компаний. – М.: КноРус, 2012.

108. Шуремов Е.Л. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами. – М.: ИС-Паблицер, 2005.
109. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. – М.: Сирин, 2002.
110. www.iks-media.ru/articles/2974532.html
111. www.internetworldstats.com
112. www.iso.org/iso/pressrelease.htm?refid=Ref1491
113. www.minsvyaz.ru
114. ria-stk.ru/upload/image/stq/2010/N1/012010-1.pdf
115. www.vestnik-sviazy.ru/t/e107_plugins/content/content.php?content.273
116. America Latina y el Caribe en la transicion hacia una sociedad del conocimiento. Una agenda de politicas publicas / Reumbn Regional de Tecnologia de Informacion para el Desarrollo, 20 y 21 de jumo de 2000. Florianopolis (Brasil), 2000
117. Bertalanffy L. von. General System Theory – A Critical Review // General Systems. Vol. VII. 1962. P. 1–20. Перевод Н.С. Юлиной.
118. Chung-Ho Chen. Economic Design of Dodge-Romig AOQL Single Sampling Plans by Variables with the Quadratic Loss Function // Tamkang Journal of Science and Engineering, 2005. Vol. 8. No 4. Pp. 313-318.
119. Crosby P. Quality is still free: Making Quality Certain in Uncertain Times. - New York: McGraw-Hill, 1996.
120. Juran J. Quality Planning and Analysis. - N.Y.: Mc. Jraw-Hill, 1983.
121. Logothetis N. Managing for total quality: from Deming to Taguchi and SPC, 1993
122. Mayo G.E. The Human Problems of an Industrial Civilization (with Introduction by G.E. Mayo). - Boston: Harvard University Press, 1946.
123. Rabbitt John T., Bergh Peter A. The ISO 9000 Book: A Global Competitor's Guide to Compliance and Certification. - N.Y.: Quality Resources, 1994.
124. Shewhart Walter Andrew Economic control of quality of manufactured product. - D. Van Nostrand Company, 1931
125. Shewhart W.A. Statistical method from the viewpoint of quality control. - Washington, The Graduate School, the Department of Agriculture, 1939
126. The Service Profit Chain James L. Heskett, W. Earl Sasser, Leonard A. Schlesinger, 2009.
127. Watson G. H. Feigenbaum's Enduring Influence // Quality Progress. - 2005. - Nov. - P. 52.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Сравнение основных концепций по управлению качеством

<i>Категория</i>	<i>Ф. Кросби</i>	<i>Э. Деминг</i>	<i>Д. Джуран</i>
Понятие качества	Соответствие определенным требованиям	Предсказуемая степень однородности и надежности при низких затратах и соответствии требованиям рынка	Пригодность к употреблению
Общий подход к управлению качеством	Предупреждение дефектов, а не фактический контроль качества	Постоянное улучшение качества, отказ от массового контроля	Особое внимание уделяется человеческому фактору
Статистический контроль процесса	Стремление к 100%-му качеству	Статистические методы контроля качества	Статистические методы контроля, но с ограничениями
Рейтинговая оценка поставщиков	Да, плюс оценка покупателей	Нет	Да, но необходимо помочь поставщику повысить качество .
Закупка и получение товара	Выполнения государственных требований, контроль работы снабженцев	Проверка качества является запоздалой мерой	Официальное общее инспектирование
База для повышения качества	Процесс в целом, а не отдельная программа	Отказ от целей, по которым нет методов достижения	Последовательная реализация проектов
Мотивация	Нуль - дефекты	Качество имеет множество шкал	Избегать кампаний по качеству

Эволюционное развитие отечественных систем управления качеством

Название системы	Время и место создания	Сущность системы	Критерии управления	Объект управления	Объект применения	Достоинства системы	Недостатки системы
1	2	3	4	5	6	7	8
1. БИП	1955 г. Саратов	Строгое выполнение технологических операций	Единичный: соответствие качества результатов труда требованиям НТД. Обобщенный: процент сдачи продукции с первого предъявления	Качество труда индивидуального исполнителя. Качество труда коллектива через качество труда отдельных исполнителей	Производство	Повышение персональной ответственности. Эффективная мотивация рабочих. Создание предпосылок для повышения качества продукции.	Органичность сферы действия (основное производство). Альтернативный характер оценки, не учитывающий «весомость» дефектов
2. СБТ	1961 г. Львов	Строгое выполнение технологических операций	Единичный: соответствие качества результатов труда требованиям НТД. Обобщенный: процент сдачи продукции с первого предъявления	Качество труда индивидуального исполнителя. Качество труда коллектива через качество труда отдельных исполнителей	Любая стадия жизненного цикла продукции	Эффективная система поощрения и санкций	Ограниченность сферы действия (основное производство)
3. КАНАРСПИ	1958 г. Горький	Высокий уровень конструкции и технологической подготовки производства	Соответствие качества первых промышленных изделий установленным требованиям	Качество изделия и качество труда коллектива	Конструкторская и технологическая подготовка производства, производство	Повышение качества подготовки производства. Охват более широкой (по сравнению с предыдущими системами) сферы производства. Сокращение сроков доводки новых изделий. Повышение надежности изделия. Снижение трудоемкости работ	Отсутствие должной ориентации на потребителя
4. НОРМ	1964 г. Ярославль	Повышение технического уровня и качества изделий	Соответствие достигнутого уровня моторесурса запланированному при ступенчатом планировании	Качество изделия и качество труда коллектива	Весь жизненный цикл продукции	Увеличение ресурса изделий (Ярославских двигателей)	Отсутствие должной ориентации на потребителя
5. КС УПК	1975 г. Львов	Управление качеством на базе стандартизации	Соответствие качества продукции высшим достижениям науки и техники	Качество изделия и качество труда коллектива	Весь жизненный цикл продукции	Создание конкурентоспособной продукции с улучшенными качественными характеристиками	Несистемный формальный подход к системе. Экономическая и незаинтересованность организаций
6. КС УПК и ЭИР	1980г. Днепропетровск, Краснодар	Согласование качественных характеристик продукции с затратами ресурсов. Увязка задач повышения качества продукции задачами повышения эффективности производства в целом	Соответствие качественных и количественных характеристик продукции	Промышленная продукция	Весь жизненный цикл продукции. Предприятие и его продукция	Увязка качественных характеристик продукции с затратами ресурсов. Увязка задач повышения качества продукции с задачами повышения эффективности производства в целом	Экономическая незаинтересованность организаций

Примечания:

1. БИП - Бездефектное изготовление продукции
2. СБТ - Система бездефектного труда
3. КАНАРСПИ - Качество, надежность, ресурс с первых изделий
4. НОРМ - Научная организация работ по повышению моторесурса двигателей
5. КС УПК - Комплексная система управления качеством продукции
6. КС УПК и ЭИР - Комплексная система управления качеством продукции и эффективным использованием ресурсов

Принципы менеджмента качества

Название принципа	Суть принципа	Применение принципа требует
Организация, ориентированная на потребителя	Организации зависят от своих потребителей и должны понимать их настоящие и будущие запросы, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания	<ul style="list-style-type: none"> • осознания всех потребностей и ожиданий потребителей, включая качество продукции, режим поставки, цену и т.д. • обеспечения сбалансированного подхода к запросам потребителей и потребностям других заинтересованных сторон (владельцев, акционеров, поставщиков, регионов и общества в целом) • доведения этих потребностей и ожиданий до всего персонала организации • измерения удовлетворённости потребителей и выполнение корректирующих действий • управления взаимодействием с потребителем
Роль руководства	Руководители создают единство цели организации и её управления. Они должны создать и поддерживать внутреннюю среду, в которой работники могли бы быть полностью вовлечены в достижение целей организации	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрации приверженности качеству собственным примером • понимания и реагирования на внешние изменения • ориентации на потребности всех заинтересованных сторон • четкого определения прогноза будущего своего организации • обеспечения атмосферы доверия и работы без страха • обеспечения персонала необходимыми ресурсами и свободой действия в рамках ответственности • инициирования признания и поощрения вклада людей • поддержки открытых и честных взаимоотношений • обучения и «выращивания» работников • установления смелых целей и применения стратегии для их достижения
Вовлечение работников	Работники всех уровней составляют сущность организации, полное вовлечение дает возможность использовать их способности на благо организации	<ul style="list-style-type: none"> • принятие инициативы и ответственности в решении проблем • активного поиска возможностей улучшения • активного поиска возможностей повышения своих знаний, опыта и компетентности • передачи своего опыта и знаний членам команды • ориентации на создание дополнительных ценностей для потребителей • представления своего организации потребителям и всем заинтересованным сторонам в лучшем свете

		от руководства требуется обеспечить условия, при которых персонал будет: <ul style="list-style-type: none"> • получать удовлетворение от работы • испытывать чувство гордости, работая на данном предприятии
Подход как к процессу	Желаемый результат достигается эффективнее, если осуществляется менеджмент деятельности и ресурсов как цепочки взаимосвязанных процессов	<ul style="list-style-type: none"> • определения процесса для достижения желаемого результата • идентификации и измерения входов в процесс и его результатов • определения взаимодействий процесса с функциями организации • оценки рисков, последствий и влияния процесса на потребителей и другие заинтересованные стороны • установление четких прав, полномочий и ответственности за управление процессом • определения внутренних и внешних потребителей, поставщиков и других заинтересованных сторон • уделения внимания при проектировании процесса всем этапам, их ресурсному обеспечению, измерению, потребности в обучении
Системный подход к менеджменту	Эффективность и результативность организации улучшаются при определении, понимании и управлении системой взаимосвязанных процессов в соответствии с установленной целью	<ul style="list-style-type: none"> • определения системы путем установления и разработки системы процессов, обеспечивающих достижения заданных целей • проектирования такой системы, при которой цели достигаются наиболее эффективным путем • понимания взаимозависимости процессов в системе • постоянного улучшения системы через измерения и оценку • определения прежде всего возможностей и ресурсов, а затем принятия решений о действии
Постоянное улучшение	Непрерывное улучшение должно быть постоянной целью организации	<ul style="list-style-type: none"> • формирования потребности у каждого работника организации в постоянном улучшении продукции, процессов и системы в целом • применения основных концепций постоянного улучшения с помощью постепенных действий и нетрадиционных решений • периодической оценки соответствия установленным критериям совершенства для определения области потенциального улучшения • постоянного повышения эффективности всех процессов • обучения каждого работника методам и средствам постоянного улучшения, таким как: <ul style="list-style-type: none"> - цикл Деминга, - анализ и решение проблемы и др.

		<ul style="list-style-type: none"> • определения измерителей и целей для организации улучшения • признания улучшений
Метод принятия решений, основанный на фактах	Эффективные решения основываются на анализе данных и информации	<ul style="list-style-type: none"> • измерения и сбора данных и информации, относящихся к задаче • обеспечение уверенности в достоверности и точности данных и информации • использования апробированных методов для анализа данных и информации • понимания ценности соответствующих статистических методов • принятия решений и выполнения действий на основе баланса результатов анализа фактов, опыта и интуиции
Взаимовыгодные отношения с поставщиками	Организация и ее поставщики взаимозависимы, и взаимовыгодные отношения увеличивают способность обеих сторон создавать ценности	<ul style="list-style-type: none"> • идентификации основных поставщиков • установления отношений с поставщиками на основе баланса краткосрочных и долгосрочных целей организации и общества • организации четких и открытых связей • инициирования совместных разработок и улучшения продукции и процессов • совместной работы по четкому пониманию запросов потребителя • обмена информацией и планами на будущее • признания достижений и улучшений поставщика

Критерии качества

<i>Категории и пункты</i>	<i>Значения (макс), баллы</i>
1. Руководство	
1.1. Система руководства	80
1.2. Ответственность и преданность корпорации	30
2. Стратегическое планирование	
2.1. Процесс разработки стратегии	40
2.2. Стратегия компании	40
3. Направленность на потребителя и рынок	
3.1. Знание рынка и запросов потребителя	40
3.2. Удовлетворение запросов потребителя и усиление связи с ними	40
4. Информация и анализ	
4.1. Отбор и использование исходной информации	25
4.2. Отбор и оценка сравнительной информации	15
4.3. Анализ достижений компании в области качества	40
5. Управление персоналом	
5.1. Организация работы	40
5.2. Образование, тренинг и повышения квалификации служащих	30
5.3. Уровень благополучия и удовлетворённости служащих	30
6. Управление процессами	
6.1. Управление процессами производства продукции	60
6.2. Управление вспомогательными процессами	20
6.3. Управление отношениями с поставщиками и партнерами	20
7. Результаты бизнеса	
7.1. Результаты удовлетворения запросов потребителей	130
7.2. Финансовые и рыночные результаты	130
7.3. Результаты работы с персоналом	35
7.4. Результаты работы с поставщиками и партнерами	25
7.5. Специфические результаты конкретной компании	130
Итого	1000

Исследование удовлетворённости потребителей компании N

Целью проведения исследования удовлетворённости потребителей компании N является выявление сильных и слабых сторон деятельности компании N, её продуктов, повышение удовлетворённости потребителей продукцией и услугами компании N, обеспечение большего понимания запросов потребителей, улучшения обслуживания конечных пользователей, взаимодействия между компаниями, что в конечном итоге приведёт к максимум лояльности потребителей и доходности компании N.

Для проведения работы по оценке удовлетворённости потребителей компании N была использована предложенная самой компанией анкета «Оценка удовлетворённости заказчика» (таблица). Опросы проводились для 5 ключевых заказчиков: S, W, U, V и B.

Для проведения исследования использовалась следующая Методика:

1. Для оценки удовлетворенности использовались методы экспертного опроса:
 - методы интервьюирования (личные и телефонные) и рассылка анкет по E-mail.
 2. Опросы проводились по трем категориям специалистов:
 - a. высшее руководство;
 - b. специалисты коммерческих служб;
 - c. технические специалисты.
 3. Большинство респондентов отвечали на все 45 вопросов Анкеты. Оценки давались по 5-балльной шкале
 4. При обработке анкет были рассчитаны средние арифметические значения всех показателей анкеты, представленных в цифровом выражении. Результаты расчетов представлены в обобщенных таблицах для каждого Заказчика отдельно
 5. Для характеристики разброса средних арифметических рассчитаны диапазон и среднее квадратическое отклонение по каждому показателю (приведены в обобщенных таблицах)
 6. По результатам обработки анкет сделаны выводы по каждому Заказчику, определена связь между удовлетворенностью потребителей и их лояльностью, выявлены основные конкуренты «N» по мнению Заказчиков, определены сильные и слабые стороны компании «N». Выводы сопровождаются иллюстрационным материалом
 7. Материалы исследований обработаны и представлены для каждого Заказчика отдельно
 8. Результаты проведенного исследования обобщены в Заключительной части. Общая удовлетворенность деятельностью компании N меняется от оценки 3,5 до 4,6 баллов и показывает необходимость проведения работы по оценке удовлетворенности на постоянной основе ежегодно для обеспечения регулярной обратной связи с Заказчиком и своевременного принятия корректирующих мероприятий.
- В качестве примера приведена обработка результатов 2-х Заказчиков и полный обзор по всем 5 Заказчикам.

Обработка результатов опроса Заказчика S

1. Для проведения опроса использовались методы интервьюирования (личного и телефонного), в ряде случаев с предварительной рассылкой анкет. Была предпринята попытка провести интервьюирование 18 респондентов, но по различным причинам (нежелание отвечать, незаинтересованность, занятость) 4 респондента от интервью отказались.

Опросы проводились по трем категориям специалистов:

- Высшее руководство (лица, принимающие решения) 15%
- Специалисты коммерческих служб 40%
- Технические специалисты 45%

2. Для измерения степени удовлетворенности Заказчиков выполнены статистические расчеты, позволяющие сделать точные заключения об удовлетворенности потребительской базы в целом.

2.1 Средние арифметические значения

Средние арифметические значения были рассчитаны по тем разделам анкеты, которые были представлены в цифровом выражении.

Средняя арифметическая по оценке деятельности N в целом составила 3,46 балла.

Результаты расчета средних арифметических по отдельным вопросам проведены на основании индивидуальных анкет.

2.2 Диапазон.

Разброс средних арифметических по разделам составил от 3,0 до 3,67.

Внутри каждого раздела диапазон выставленных оценок имеет больший разброс. Так, например, по пунктам D01, D09, F01 разброс составляет от 2 до 5 баллов, а по F04 от 1 до 5 баллов.

2.3 Среднее квадратическое отклонение.

Характеризует, насколько разбросаны оценки респондентов вокруг среднего арифметического значения.

Среднее квадратическое отклонение меняется от значения 0.45 (раздел I90) до 1.08 (раздел A1), т.е. по многим вопросам анкеты нет единого мнения респондентов.

3. Выводы по результатам опроса.

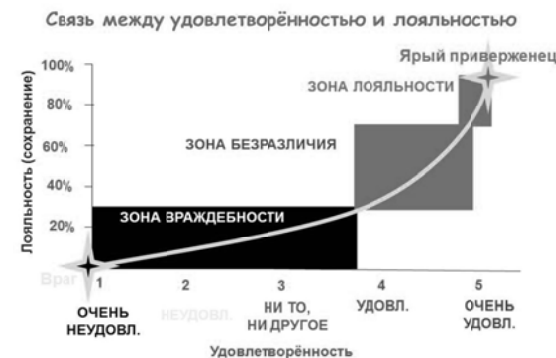
3.1 Оценка деятельности N в целом составляет 3.46 балла из максимально возможных 5 баллов. При этом 22% опрошиваемых считают, что деятельность N за последний год улучшилась, 56% - что не изменилось, а 22% считают, что деятельность **значительно** ухудшилась.

3.2 Относительно низкий балл оценки удовлетворенности Заказчика сказывается на его лояльности: только 20% респондентов согласны рекомендовать партнерам продукцию N и 23% выбрали бы продукцию N снова.

На рисунке 1 показана связь между удовлетворенностью и лояльностью. Как видно из рисунка, оценка удовлетворенности в 3.46 балла свидетельствует о том, что компания S находится по отношению к N на границе между Зоной враждебности и Зоной безразличия.

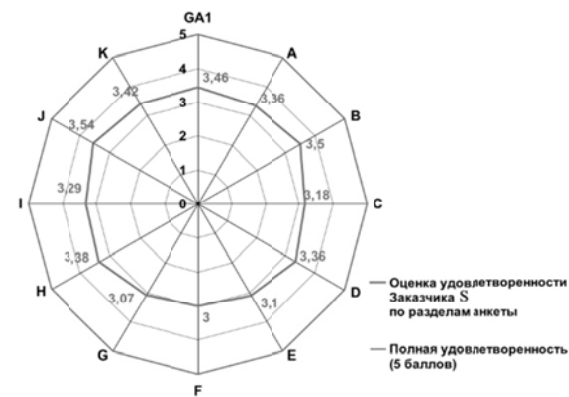
3.3 Помимо общей оценки деятельности N респонденты оценивали различные направления деятельности. Как уже упоминалось выше, средние оценки по разделам составили от 3 до 3.54 балла (см. радиационную диаграмму рис.2).

Наиболее низкие оценки выставлены по разделам анкеты F(3 балла), G(3.07 балла), E(3.1 балла), C(3.18 балла).



Приложение 5. Рис. 1.

Связь между удовлетворенностью и лояльностью [85]



Приложение 5. Рис. 2. Радиационная диаграмма оценок удовлетворенности Заказчика S

По разделу F (Послепродажное обслуживание и техническая поддержка) Заказчика в первую очередь не устраивает "реактивность в решении проблем"(2.92 балла).

По разделу G (Продукты) наибольшие претензии вызывают пункты анкеты, касающиеся интеграции продуктов (G09 – 2.54 балла) и простоев из-за технических проблем (G06 – 2.92 балла).

По разделу Е (Управление проектами) наименьшую оценку респонденты выставили, по пункту Е04 – “Проактивный подход к управлению проектами” (2.8 балла).

По разделу С (Реализация заказов и поставка) претензии вызывает гибкость реакции на требования заказчиков – пункт С04 (3 балла).

По разделу I (Документация на продукцию) Заказчик в первую очередь не удовлетворен тем, как документация на продукцию покрывает выполнение функций (Раздел I01- 2.86 балла).

По разделу А (Деятельность в области продаж) низкие баллы (меньше 3) имеют такие разделы, как: А02 (Быстрое реагирование на запрос) – 2.6 балла; А07 (Достоверность заявлений об обязательствах) – 2.9 балла; А08 (Реактивный подход) – 2.9 балла; А09 (Проактивный подход) – 2.9 балла; А18 (Четкость и простота информации) – 2.64 балла.

По разделу D (Установка и ввод в эксплуатацию) Заказчика не устраивает реагирование на проблемы (D10) – 2.93 балла.

По разделу H (Обучение) наиболее низко оценены содержание и уровень обучения (H06) – 3 балла.

По разделу В (Предложения) оценок меньше 3-х баллов (средних арифметических) нет, но легкость понимания предложений (В04) оценена Заказчиком всего в 3.1 балла.

По разделу J (Репутация)

Репутация оценена Заказчиком выше всего (3.54 балла), но, судя по оценкам Заказчика не очень устраивает ориентация N на Заказчика (J09) – 2.75 балла и качество продукции (J18) – 2.9 балла.

3.4 Частота контактов специалистов S с представителями N однозначной оценки не имеет: респонденты отмечают частоту от “редко” до “3-4 раз в неделю”. В среднем этот показатель составляет 1 – 2 раза в месяц.

3.5 По мнению Заказчика к сильным основным конкурентам N относятся 7 фирм.

3.6 Наиболее критичным для обеспечения конкурентоспособности N, по мнению респондентов, являются:

Факторы	Частота упоминания
1. Быстрое реагировании разработчиков на неисправность	5
2. Внимание к заказчику	
3. Качество продукта	4
4. Качество сервиса	3
5. Точность и полнота представления информации	2
6. Продвижение на рынке законченных продуктов	2
7. Внутреннее разрешение проблем между департаментами компании	2
8. Надежность	
9. Стабильность	2
10. Пересмотр ценовой политики	2
11. Доступность служб N	2
12. Компетентность персонала	2
13. Быстрая интеграция и запуск оборудования	1
	1

3.7 Для повышения удовлетворенности заказчика (S), по мнению опрошенных, N необходимо предпринять следующие действия:

Направления	Частота упоминания
1. Больше внимания уделять взаимоотношениям с заказчиком, учитывая их требования	6
2. Повысить качество продукции	4
3. Поднять уровень компетентности сотрудников, особенно компетентность технического персонала	4
4. Оперативнее решать проблемы, возникающие у заказчика, внутри компании N, а не с помощью переговоров	3
5. Не скрывать от заказчика затребованную информацию	1

Обработка результатов опроса Заказчика W

1. Для проведения опроса использовались методы интервьюирования (личного, телефонного и компьютерного), в ряде случаев с предварительной рассылкой анкет. Была проведено интервьюирование 19 респондентов.

Опросы проводились по 6 филиалам компании W:

В опросе участвовали следующие категории специалистов:

- руководители филиалов и их подразделений - 56%
- инженерно-технический персонал - 44%.

2. Для измерения степени удовлетворенности Заказчиков выполнены статистические расчеты, позволяющие сделать точные заключения об удовлетворенности потребительской базы в целом.

2.1 Средние арифметические значения

Средние арифметические значения были рассчитаны по тем разделам анкеты, которые были представлены в цифровом выражении.

Средняя арифметическая по оценке деятельности N в целом составила 4,3 балла.

Результаты расчета средних арифметических проведены на основании индивидуальных анкет.

2.2 Диапазон.

Разброс средних арифметических по разделам составил от 3,22 до 4,88.

Внутри каждого раздела диапазон выставленных оценок имеет достаточно большой разброс. Так, например, по пунктам А90, G03 разброс составляет от 2 до 5 баллов.

2.3 Среднее квадратическое отклонение.

Характеризует, насколько разбросаны оценки респондентов вокруг среднего арифметического значения.

Среднее квадратическое отклонение меняется от значения 0 (раздел В02) до 0,85 (раздел H06), т.е. по ряду вопросов анкеты нет единого мнения респондентов.

3. Выводы по результатам опроса.

3.1 Оценка деятельности N в целом составляет 4.3 балла из максимально возможных 5 баллов. При этом 75% опрошиваемых считают, что деятельность N за последний год не изменилось, а 25% считают, что деятельность ухудшилась, ни один из респондентов не отметил улучшения деятельности.

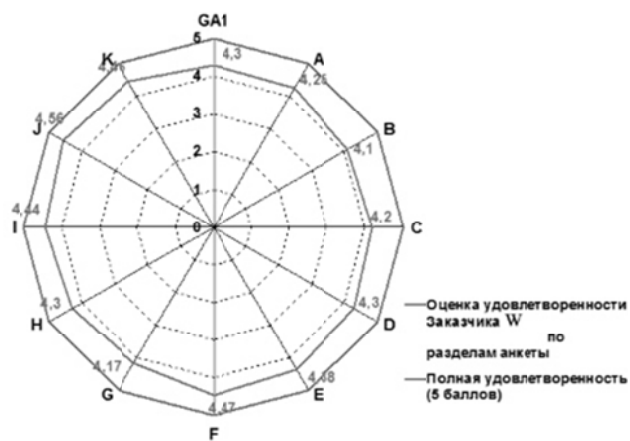
3.2 Высокий балл оценки удовлетворенности Заказчика сказывается на его лояльности: 87,5% респондентов согласны рекомендовать партнерам продукцию N и выбрали бы продукцию N снова.

На рисунке 1 показана связь между удовлетворенностью и лояльностью. Как видно из рисунка, оценка удовлетворенности в 4.3 балла свидетельствует о том, что W находится по отношению к N на границе между Зоной безразличия и Зоной лояльности.

Относительно низкие оценки удовлетворенности деятельности N (3 балла) отмечают представители 5 и 1 филиалов.

3.3 Помимо общей оценки деятельности N респонденты оценивали различные направления деятельности. Как уже упоминалось выше, средние оценки по разделам составили от 3,22 до 4.88 балла (см. радиационную диаграмму W рис.3)

Наиболее низкие оценки выставлены по разделам анкеты B09(3.22 балла), A1(3.46 балла), J08(3.96 балла).



Приложение 5. Рис. 3. Радиационная диаграмма оценок удовлетворённости Заказчика W

По разделу А (Деятельность в области продаж) все средние оценки выше 4-х баллов. При этом респонденты отмечают высокую профессиональную компетентность сотрудников (4,88 балла).

По разделу В (Предложения) наиболее низкие оценки выставлены по п. B09 (Конкурентоспособность цен) -3,22 балла.

По разделу С (Реализация заказов и поставка) все средние арифметические выше 4-х баллов, но претензии отдельных респондентов (5 филиал) вызывает гибкость реакции на требования заказчиков – пункт С04 (3 балла), своевременность поставок (5 филиал) п С11-3 балла, время реализации заказа С07 (4 филиал) -3 балла.

По разделу D (Установка и ввод в эксплуатацию) средние арифметические от 4.07 до 4.57, но отдельных Заказчиков не устраивает реагирование на проблемы (D10) - 3 балла (1 филиал, 5 филиал); окончательное качество установки (D11) - 1 филиал, филиал 3 - 3 балла и обобщающий показатель «Установка системы» D90 (1 и 3 филиалы) - 3 балла.

По разделу E (Управление проектами) оценки респондентов выше 4-х баллов за исключением одного респондента - представителя 5 филиала – 3 балла.

По разделу F (Послепродажное обслуживание и техническая поддержка) средние арифметические достаточно высоки: от 4,23 до 4,84, однако по разделам F03, F04, F06 и F90 отдельные респонденты выставили оценку 3: 5 филиал и 1 филиал.

По разделу G (Продукты) средние арифметические составляют от 4,08 до 4,63. Претензии предъявляют к п. G03 (Простота в эксплуатации) - 2 балла (6 филиал), остальные респонденты оценивают этот показатель 4-5 баллов; к п. G90 (1 филиал и два респондента из 5 филиала)-3 балла. Претензии вызывает, по мнению респондентов, «большой выход из строя плат».

По разделу H (Обучение) средние оценки от 4,3 до 4, 57. По всем разделам имеются 3.

H02 - 5 и 3 филиалы.

H06 – 5, 1 и 3 филиалы.

H90 – 5, 1 и 3 филиалы.

По разделу I (Документация на продукцию) средние оценки от 4, 38 до 4,53 баллов.

По п I01 3 балла поставили респонденты 1, 5 и 3 филиалов.

По разделу J (Репутация) в основном оценки высокие, кроме J08 (Соотношение цена/качество) - 3,96 балла.

По разделу K (Услуги)-средняя оценка составляет – 4,46 балла, наиболее низкую оценку-3 балла поставили представители 5 филиала.

3.4 Частота контактов специалистов W с представителями N однозначной оценки не имеет – от «часто» до «по мере необходимости». В среднем этот показатель можно оценить как 1-2 раза в месяц.

3.5 По мнению Заказчика к сильным основным конкурентам N относятся 6 фирм.

3.6 Наиболее критичным для обеспечения конкурентоспособности N, по мнению респондентов, являются:

Факторы	Частота упоминания
1. Цена	14
2. Качество	8
3. Надежность оборудования	5
4. Простота в эксплуатации	2
5. Функциональность оборудования	2
6. Сроки устранения замечаний	2
7. Недостаточное количество рекламы	2
8. Постгарантийное обслуживание	2
9. Требование предоплаты	1

3.7 Для повышения удовлетворенности заказчика (W), по мнению опрошенных, N необходимо предпринять следующие действия:

Направления	Частота упоминания
1. Снизить цены	9
2. Уменьшить время реагирования на запросы	4
3. Выпускать документацию на продукцию на русском языке	4
4. Повысить уровень технической поддержки	4
5. Повысить качество установки системы	3
6. Устранять замечания в установленные сроки	2
7. Усилить ориентацию на потребителя при постгарантийном обслуживании	2

Оценка удовлетворённости Заказчика
Полный обзор

№ вопросов	Вопрос	Оценка (5 балльная шкала)			
		Среднее арифметическое	Max оценка	Min оценка	Среднее квадратическое отклонение
GA	Общая оценка				
GA1	Как Вы оцениваете деятельность N в целом?	4.30	5	3	0.57
A1	Вы считаете, что деятельность N за последние 12 месяцев улучшилась или ухудшилась, или изменений не произошло?	3.46	4	2	0.78
GA2	Вы бы порекомендовали N (своему последователю или партнерам, которым продукты N могли бы понадобиться)?	4.63	5	3	0.70
GA3	Выбрали бы Вы N в качестве поставщика продуктов и услуг, если бы Вы имели возможность принимать такое решение (снова)?	4.63	5	3	0.70
A	Деятельность N в области продаж / Управление отношениями				
A02	Быстрое реагирование на запросы	4.29	5	3	0.59
A03	Легкая доступность к контактным лицам	4.67	5	3.5	0.51
A04	Понимание контактными персонами требований Вашего бизнеса	4.55	5	4	0.50
A05	Профессиональная компетентность сотрудников	4.88	5	4	0.30
A07	Достоверность заявлений об обязательствах, которые делают сотрудники отделов продаж N	4.75	5	4	0.39
A08	Способность разрабатывать решения по требованиям заказчиков	4.30	5	4	0.46
A09	Принятие инициативы в разработке решений	4.13	5	4	0.33
A13	Вежливое и дружелюбное сотрудничество	4.83	5	4	0.31
A18	Четкая и полная информация по предлагаемым продуктам и услугам	4.65	5	4	0.45
A90	Как бы Вы оценили деятельность N в области продаж в целом?	4.25	5	2	0.83
B	Предложения				
B01	Своевременность тендеров	4.20	5	4	0.40

B02	Полнота предложения по тендерам	4.00	4	4	0.00
B04	Предложения легко понимаются	4.33	5	4	0.47
B09	Конкурентоспособность цен	3.22	4	2	0.79
B90	Как бы Вы оценили предложения N в целом?	4.10	5	4	0.30
C	Реализация заказов и поставка				
C03	Ровное и эффективное сотрудничество между N и Заказчиком в процессе выполнения проектов	4.41	5	4	0.47
C04	Гибкая реакция на требования заказчиков по поставке	4.14	5	3	0.53
C06	Своевременная информация о статусе выполнения заказа (включая задержки поставок)	4.10	5	4	0.30
C07	Короткий период времени между помещением заказа и поставкой (время реализации заказа)	4.25	5	3	0.58
C10	Полнота поставок	4.32	5	4	0.44
C11	Поставки производятся вовремя	4.46	5	3	0.62
C90	Насколько Вы удовлетворены в целом тем, как N работает с заказами?	4.20	5	4	0.40
D	Установка и ввод в эксплуатацию				
D01	Компетентность сотрудников, производящих установку	4.57	5	3	0.60
D09	Соблюдение согласованных сроков (включая окончательное принятие)	4.63	5	4	0.47
D10	Реагирование на проблемы	4.07	5	3	0.57
D11	Окончательное качество установки	4.37	5	3	0.66
D90	Насколько Вы удовлетворены в целом тем, как N производит установку систем?	4.30	5	3	0.68
E	Управление проектами				
E03	Информирование Заказчика о статусе проекта	4.14	5	4	0.32
E04	Проактивный подход к управлению проектом (например, принятие инициативы по обеспечению успешности проекта)	4.50	5	4	0.50
E90	Насколько Вы удовлетворены в целом тем, как N управляет проектами?	4.38	5	4	0.48
F	Послепродажное обслуживание и техническая поддержка				
F01	Легкий доступ к поддержке	4.69	5	4	0.46
F03	Быстрое реагирование, т.е. после первичного обращения Заказчика сотрудники N перезванивают в кратчайшие сроки	4.50	5	3	0.71
F04	Реактивность в решении проблем	4.23	5	1	0.70
F06	Компетентность сотрудников, оказывающих поддержку	4.63	5	3	0.60
F09	Профессиональное поведение сотрудников, оказывающих поддержку	4.84	5	4	0.34
F90	Как бы Вы оценили поддержку со стороны N в целом?	4.47	5	3	0.70
G	Продукты/Новые продукты				
G01	Характеристики, отвечающие индивидуальным требованиям заказчиков	4.20	5	4	0.40
G03	Простота в эксплуатации	4.08	5	2	0.63
G05	Качество продукции N	4.50	5	3	0.62
G06	Небольшое количество простоев из-за технических проблем	4.63	5	3	0.31
G09	Легкая интеграция продуктов и решений N в существующие концепции/системы/решения	4.14	5	4	0.53
G13	Доступность новых продуктов и характеристик во время, заявленное в сообщениях о продуктах	4.23	5	4	0.31
G14	Своевременное наличие новых продуктов и характеристик, которые удовлетворяют Вашим требованиям	4.11	5	4	0.62
G90	Как бы Вы оценили продукцию N в целом?	4.17	5	3	0.70

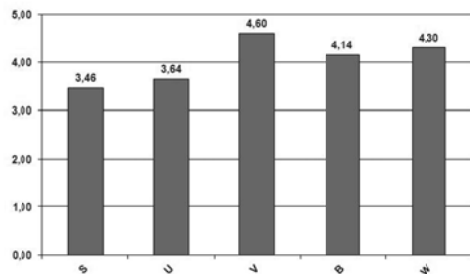
H	Обучение				
H02	Компетентность обучающихся	4.57	5	3	0.70
H06	Содержание и уровень обучения, отвечающего требованиям обучающихся	4.30	5	3	0.85
H90	Как бы Вы оценили мероприятия по обучению, проводимые N, в целом?	4.30	5	3	0.77
I					
Документация на продукцию					
I01	Выполняемые функции полностью покрываются документацией на продукцию	4.38	5	3	0.68
I02	Точность информации в документации на продукцию	4.53	5	4	0.50
I90	Как бы Вы оценили документацию на продукцию N в целом?	4.44	5	4	0.50
J					
Репутация					
J02	Компания надежная	4.73	5	4	0.44
J04	Лидирующая компания в области высоких технологий	4.58	5	4	0.49
J08	Имеет разумное соотношение цена/качество	3.96	4.5	3	0.33
J09	Является компанией с четкой ориентацией на Заказчика	4.36	5	4	0.48
J10	Понимает цели Вашего бизнеса	4.58	5	4	0.47
J18	Предоставляет продукты высокого качества	4.67	5	3	0.60
K					
Услуги					
K90	Как бы Вы оценили услуги N в целом?	4.46	5	3	0.61

Заключительная часть

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы (см. таблица 1 приложения 5).

- Общая удовлетворенность деятельностью N меняется от оценки 3,46 (S) до 4,6 баллов (V) (рис. 4).

Оценка удовлетворённости компаний N по заказчикам



Приложение 5. Рис. 4. Оценка удовлетворённости компаний N по заказчикам

- Оценку ниже 4-х баллов поставили также представители «U».
- Деятельностью N в области продаж и управлением отношениями также недовольны U (2,8 балла) и S (3,36 балла). Остальные заказчики поставили оценки от 4,16 до 4,25 балла (W).
- Качество предложений оценили от 3,5 балла (S и V) до 4,4 балла (U).

- Реализация заказов и поставки, два заказчика поставили оценку ниже 4-х баллов (S - 3,18, V -3,92, самая высокая оценка у U – 5 баллов).
- Установка и ввод в эксплуатацию оценена от 3,33 балла (V) до 4,44 баллов (B).
- Управление проектами. Низшая оценка – 3,1 балла (S), высшая – 4,5 балла (B).
- Послепродажное обслуживание и техническая поддержка (столбец F) оценены от 3 баллов (S) до 4,47 (U).
- Продукты, новые продукты (столбец G). Самая низкая оценка у S (3,07), самая высокая у U – 4,5 балла.
- Обучение. Оценки составляют от 3,38 баллов (S) до 4,67 (B).
- Документация на продукцию вызывает довольно много нареканий: 3 заказчика поставили оценку ниже 4-х баллов: U (3,23), S (3,29), B (3,83), самая высокая оценка у W – 4,44 балла.
- Репутация N оценена от 3,54 баллов (S) до 4,56 баллов (W). Ниже 4-х баллов также поставил оценку V – 3,72.
- Услуги N. 3 заказчика оценивают ниже 4-х баллов. Это S – 3,42, V – 3,63 и U – 3,69. Наивысшую оценку поставили W – 4,46 балла.
- Оценка удовлетворенности деятельностью N (средние значения) колеблется от 2,8 баллов (оценка деятельности в области продаж, поставленная U) до 5 баллов (оценка реализации заказов и поставки, опять же поставленная U). Остальные оценки находятся в интервале от 3 баллов до 4,67.
- Следует отметить, что при оценке показателей деятельности каждый вид деятельности имеет оценки ниже 4-х баллов, как правило, 2 из 5 заказчиков ставят оценку ниже 4. Более благоприятные положения при оценке Управления проектами и Обучения (только по одной оценке ниже 4), наиболее неблагоприятное положение при оценке документации на продукцию и услуги (по 3 заказчика из 5 поставили оценки ниже 4 баллов).
- Сравнивая оценки различных заказчиков, можно сделать вывод, что самым неудовлетворенным является S - все оценки по основным показателям ниже 4-х баллов.

V - вполне достаточно удовлетворены деятельностью «N» - только одна оценка ниже 4. Это – документацию на продукцию.

U - 5 оценок ниже 4-х, при этом одна из них ниже 3 (деятельность в области продаж).

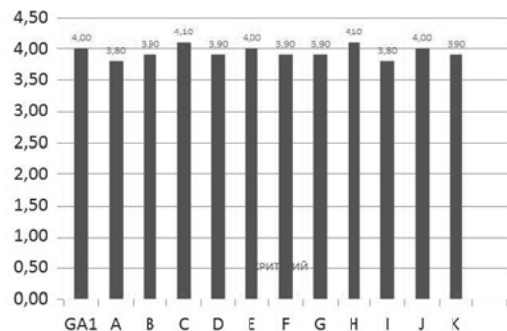
W - самый удовлетворенный заказчик – все оценки 4 и выше.

V - 6 оценок ниже 4: Предложения, Реализация заказов и поставка, Продукты, Установка и ввод в эксплуатацию, Репутация и Услуги.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что для повышения удовлетворенности компании N следует в первую очередь обратить внимание на:

1. Качество документации на продукцию.
2. Качество услуг N.
3. Повысить оперативность решения возникающих у Заказчика проблем.
4. Больше внимания уделять взаимоотношениям с заказчиком.
5. Проводить более гибкую политику ценообразования.
6. Обратит внимание на наименее удовлетворенных заказчиков: S и U.

Оценка удовлетворённости заказчиков деятельностью компании N по группе критериев



Приложение 5. Рис. 5. Оценка удовлетворённости заказчиков по критериям

Сильные стороны	Слабые стороны	Действия
1. Профессиональная компетентность сотрудников, как при продаже, так и при осуществлении технической поддержки 2. Вежливость и дружелюбность сотрудников 3. Достоверность обязательств сотрудников отдела продаж 4. Надёжность компании N	1. Соотношение цены и качества 2. Надёжность оборудования 3. Оперативность в устранении замечаний	1. Снизить цены 2. Оперативнее решать проблемы заказчика 3. Своевременно переводить техническую документацию на русский язык

Методика оценки удовлетворённости пользователей услугами связи

Цель проведения опроса – сбор информации для определения показателей, характеризующих удовлетворённость пользователей потребительскими свойствами предоставленных услуг.

1. В результате опроса определяются:

- обобщающие оценки потребительских свойств услуг – доступности, надёжности, точности, эффективности взаимодействия пользователей с персоналом и т.п.;
- обобщающая оценка качества услуг связи и качества обслуживания пользователей в целом.

2. Испытания проводились по услугам:

- доступ в Интернет по выделенным каналам;
- доступ в Интернет по коммутируемым каналам.

Вид испытаний:

- опрос пользователей услуг.

Период испытаний:

- анкета по коммутируемому доступу постоянно размещена на сайте организации Z. Анализировались данные за период с 1 июня 2010 года по 10 июня 2011 года.
- телефонный опрос пользователей услуги «Доступ в Интернет по выделенным каналам» проводился в июле 2011 года.

В результате испытаний оценивались показатели:

- «Балльная оценка доступности сети Интернет компании Z (только для услуги «Доступ в Интернет по коммутируемым каналам»);
- «Процент пользователей, удовлетворённых доступностью сети Интернет компании Z (только для услуги «Доступ в Интернет по коммутируемым каналам»);
- «Процент пользователей, удовлетворённых бесперебойностью» (только для услуги «Доступ в Интернет по выделенным каналам»);
- «Процент пользователей, удовлетворённых качеством передачи»;
- «Процент пользователей, удовлетворённых качеством и сроками устранения неисправностей»;
- «Балльная оценка качества обслуживания пользователей»;
- «Процент пользователей, удовлетворённых качеством обслуживания»;
- «Балльная оценка качества услуги в целом»;
- «Процент пользователей, удовлетворённых качеством услуги в целом».

3. Условия проведения опроса.

Опрос проводится в соответствии с рекомендациями МСЭ-Т: Рек. Е. 125; Е.432. Качество предоставляемых услуг оценивается по 5-ти балльной шкале:

отличное – «5», хорошее – «4», посредственное – «3», низкое – «2»

При анкетировании достоверность оценки качества обеспечивается определением оптимального объема выборочной совокупности респондентов, правильностью формирования выборки и проведения опроса, а также вычислением при обработке результатов средней (допустимой) ошибки выборки.

В качестве выборки используется простая случайная бесповторная выборка, которая может формироваться с применением таблицы случайных чисел.

Для анкетирования наиболее предпочтителен метод телефонного интервью, т.к. он является наиболее экономичным и обеспечивает достаточно высокую достоверность. При этом инспектируемая организация должна предоставить экспертам номера пользователей сети. Вызовы не должны тарифицироваться. Однако, опрос может быть проведён и лично экспертами в пунктах предоставления услуг, а также путём размещения анкеты на веб-сайте Заказчика и последующей отправки пользователями заполненных анкет на почтовый электронный ящик «Интерэкомс».

4. Определение репрезентативной выборки.

Объем репрезентативной выборки для социологических опросов рассчитывается по формуле:

$$n = \frac{1}{\frac{\Delta^2}{t^2 \times V \times (1 - V)} + \frac{1}{N}}, \quad (1)$$

где N - объем генеральной совокупности;

Δ - величина допустимой ошибки (традиционно допустимая погрешность составляет 3-5 % или 0,03-0,05);

t - коэффициент, соответствующий доверительной вероятности (принимая вероятность правильного определения $P=0,954$, т.е. $t=2$, как наиболее принятую при социологических исследованиях);

V - доля исследуемого признака в генеральной совокупности (при $V=0,5$ определяем минимальное значение объема выборки, при котором обеспечивается заданная достоверность).

Тогда минимальное значение объема выборки определится выражением:

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}} \quad (2)$$

5. Обработка результатов опроса:

5.1. По результатам анкетирования рассчитываются средняя оценка в группе респондентов, среднеквадратичное отклонение, коэффициент вариации, процентное соотношение пользователей, давших оценки «4» и «5» и давших более низкие оценки, а также другие статистические характеристики. Результаты представляются в табличном и графическом виде. Обобщающей оценкой качества услуг связи в целом или определенных потребительских свойств услуг является средняя оценка в группе респондентов (в выборочной совокупности).

5.2. Расчет показателей осуществляется по формулам:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{m}, \quad (3)$$

где X_i - балльная оценка i-того респондента,

m - число респондентов.

среднеквадратическое отклонение

$$CKO = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{m}} \quad (4)$$

коэффициент вариации

$$V = \frac{CKO}{\bar{X}} \quad (5)$$

процент пользователей (N), оценивших качество услуги (или какого-либо из её свойств) 4 и 5 баллами

$$N = \frac{n(4) + n(5)}{m} \times 100\%, \quad (6)$$

где n(4), n(5) - кол-во респондентов, давших оценки 4 и 5 баллов соответственно процент пользователей (N), удовлетворённых услугой (или каким-либо из её свойств)

$$N = \frac{n}{m} \times 100\%, \quad (7)$$

где n – количество пользователей, удовлетворённых услугой (или каким-либо из её свойств).

Процент пользователей удовлетворённых качеством обслуживания пользователей определяется выражением, аналогичным (7).

6. Результаты испытаний:

6.1. Службой качества организации Z были предоставлены контактные данные для телефонного опроса клиентов по качеству услуги «Доступ в Интернет по выделенным каналам» в виде 2-х списков:

- 1) пользователи, подключенные по технологии ADSL (в основном физические лица);
- 2) использующие другие виды подключения (в основном юридические лица).

Методом телефонного интервьюирования было опрошено 202 пользователя.

Результаты телефонного опроса представлены в Таблице 90.

6.2. Пользователи услуги «Доступ в Интернет по коммутируемым каналам» опрашивались путём размещения анкеты на сайте компании Z в разделе «Личный кабинет». Были представлены данные за период с 01 июня 2010г. по 10 июня 2011 г.

7. По результатам испытаний сделаны следующие выводы:

по услуге «Доступ в Интернет по коммутируемым каналам»:

- Показатель «Балльная оценка доступности сети Интернет компании Z составил $4,5 \pm 0,2$ балла, что соответствует нормативу не менее 4 баллов согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых доступностью сети Интернет компании Z составил $71,3 \pm 9,1\%$, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т в верхней границе доверительного интервала;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством передачи» составил $81,9 \pm 7,8\%$, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством и сроками устранения неисправностей» составил $91,5 \pm 5,6\%$, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;

- Показатель «Балльная оценка качества обслуживания пользователей» составил 4,3±0,2 балла, что соответствует нормативу не менее 4 баллов согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством обслуживания» составил 86,2±7,0%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Балльная оценка качества услуги в целом» составил 4,2±0,2 балла, что соответствует нормативу не менее 4 баллов согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством услуги в целом» составил 83,0±7,6%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;

- улучшить работу технического персонала (увеличить скорость реагирования на заявки и доступность Службы поддержки);
- должна быть более точная и быстрая работа с документацией для оплаты и оформлением договор с клиентами;
- возможность видеть реальный расход трафика;
- улучшить работу личного кабинета (чаще обновлять информацию, улучшить дизайн и навигацию).

Респондентами также были даны положительные отзывы в адрес компании.

Приложение 6. Таблица 1. Итоги опроса интернет-пользователей

по услуге «Доступ в Интернет по выделенным каналам»:

- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых бесперебойностью» составил 80,5±5,5%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством передачи» составил 75,4±4,5%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством и сроками устранения неисправностей» составил 76,3±5,4%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Балльная оценка качества обслуживания пользователей» составил 4,0±0,1 балла, что соответствует нормативу не менее 4 баллов согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством обслуживания» составил 77,7±4,6%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Балльная оценка качества услуги в целом» составил 4,0±0,1 балла, что соответствует нормативу не менее 4 баллов согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т;
- Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых качеством услуги в целом» составил 78,0±4,4%, что соответствует нормативу не менее 75% согласно Рек. Е.125 и Е.432 МСЭ-Т.

8. Замечания.

Показатель «Процент пользователей, удовлетворённых доступностью сети Интернет компании Z для услуги «Доступ в Интернет по коммутируемому каналу» соответствует нормативу только в верхней границе доверительного интервала.

9. Справочная информация

При опросе (как телефонном, так и Интернет-опросе, таблицы 1,2) респонденты высказывали дополнительные пожелания и замечания.

Наиболее часто встречались следующие замечания:

- увеличить скорость и добиться бесперебойности Интернета (несоответствие заявленной скорости со скоростью реальной);
- расширить базу тарифов (ввести безлимитные тарифы, снижение тарифов, система скидок);

	всего	кол-во оценок					средний балл (95% дов. инт.)	% удовлетворенных поставщиков 4 и 5 отметивших события (95% дов. инт.)	
		2	3	4	5	ДА			НЕТ
94									
С какой попытки соединение (Балльная оценка*)	87	5	6	14	62	0	0	4,5 ± 0,2	87,4% ± 7,0%
Были ли случаи прерывания связи?	94	0	0	0	52	42			55,3% ± 10,1%
Удовлетворены ли качеством доступа?	94	0	0	0	67	27			71,3% ± 9,1%
Были ли наруш. связи из-за неиспр.Z?	94	0	0	0	34	60			36,2% ± 9,7%
Удовлетворяют ли Вас сроки и качество устр.неиспр.?	94	0	0	0	86	8			91,5% ± 5,6%
качество обл. персоналом Z	94	5	8	32	49	0	0	4,3 ± 0,2	86,2% ± 7,0%
качество услуги, предост.Z	94	5	10	35	43	0	0	4,2 ± 0,2	83,0% ± 7,6%
качество передачи на сети Z	94	5	12	31	46	0	0	4,3 ± 0,2	81,9% ± 7,8%

	всего	кол-во оценок					средний балл (95% дов. инт.)	% удовлетворенных поставщиков 4 и 5 отметивших события (95% дов. инт.)	
		2	3	4	5	ДА			НЕТ
146									
Были ли случаи прерывания связи?	146	0	0	0	84	62			57,5% ± 8,0%
Удовлетворены ли качеством доступа?	146	0	0	0	103	43			70,5% ± 7,4%
Были ли наруш. связи из-за неиспр.Z?	146	0	0	0	77	69			52,7% ± 8,1%
Удовлетворяют ли Вас сроки и качество устр.неиспр.?	146	0	0	0	119	27			81,5% ± 6,3%
качество обл. персоналом Z	146	17	26	44	59	0	0	4,0 ± 0,2	70,5% ± 7,4%
качество услуги, предост.Z	146	13	29	53	46	0	0	3,9 ± 0,2	67,8% ± 7,6%
качество передачи на сети Z	146	20	25	52	49	0	0	3,9 ± 0,2	69,2% ± 7,5%

	всего	кол-во оценок					средний балл (95% дов. инт.)	% удовлетворенных поставщиков 4 и 5 отметивших события (95% дов. инт.)	
		2	3	4	5	ДА			НЕТ
326									
С какой попытки соединение (Балльная оценка*)	178	21	8	21	128	0	0	4,4 ± 0,2	83,7% ± 5,4%
Были ли случаи прерывания связи?	326	0	0	0	205	121			62,9% ± 5,2%
Удовлетворены ли качеством доступа?	326	0	0	0	230	96			70,6% ± 4,9%
Были ли наруш. связи из-за неиспр.Z?	326	0	0	0	187	139			57,4% ± 5,4%
Удовлетворяют ли Вас сроки и качество устр.неиспр.?	326	0	0	0	271	55			83,1% ± 4,1%
качество обл. персоналом Z	326	33	47	94	152	0	0	4,1 ± 0,1	75,5% ± 4,7%
качество услуги, предост.Z	326	33	54	107	129	0	0	4,0 ± 0,1	72,4% ± 4,9%
качество передачи на сети Z	326	33	49	102	139	0	0	4,1 ± 0,1	73,9% ± 4,8%

* по шкале: 5 - с первой попытки
4 - со второй попытки
3 - с третьей попытки
2 - более трех попыток

Приложение 6. Таблица 1. Результаты телефонного опроса пользователей выделенного доступа в Интернет, предоставляемого компанией Z, проведенного 5-17 июля 2011 г.

Респондент	1. Удовлетворены ли Вы бесперебойностью связи?	2. Удовлетворены ли Вы качеством передачи?	3. Были ли нарушения связи или некорректности на сети компании Z	причина	4. Удовлетворены ли Вы сроками и качеством обслуживания при контакте с персоналом компании Z	5. Балльная оценка качества обслуживания при контакте с персоналом	6. Балльная оценка качества услуги в целом	замечания или пожелания	кр/ физ/ линз	Список
1 ООО "Элита"	да	нет	да		да	4	4		ю	кроме ADSL
2 ООО "Кенга Шима-Центр"	да	да	нет			5	5	большую оперативность в документообороте	ю	кроме ADSL
3 ООО "Гидромашкомплекс"	да	да	нет			5	4	периодически кто-то садится на сеть в качает трафик	ю	кроме ADSL
4 ООО "СК-Гровет"	да	да	да		да	3	4	слонный дозвон к службам и долгое рассмотрение документов при подложкинии	ю	кроме ADSL
5 ООО "СДЛГенюв"	да	да	да		да	5	4		ю	кроме ADSL
6 ЗАО НПО "Сервиспласт"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
7 ООО "Кауэри"	да	нет	да		да	3	3	увеличить скорость передачи	ю	кроме ADSL
8 ООО "Мак и К"	нет	нет	нет			4	3	значительно снижение тарифов	ю	кроме ADSL
9 ООО "Истор-мебель"	да	да	да		да	4	4	а хотелось бы иметь IP-сервера и локальные серверы	ю	кроме ADSL
10 ООО "227 УНР"	да	да	да		да	5	4	хотелось бы видеть реальный расход трафика	ю	кроме ADSL
11 ЗАО "Кангал-инвест"	да	да	да		да	4	4	улучшить работу отдела, который занимается клиентскими договорами	ю	кроме ADSL
12 ООО "Шоко-Гэйд"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
13 ЗАО СК "Жилстрой-сервис"	да	нет	да		нет	3	3		ю	кроме ADSL
14 ООО "ЭЛЕКТРОСТИЛЬ"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
15 ООО "Смил энд Хартаман"	да	да	да		да	3	4		ю	кроме ADSL
16 ООО "ЭЛЕКС ПРОФИЛЬ"	да	да	нет			5	5		ю	кроме ADSL
17 ЗАО "ОРИПРОЕКТ"	да	да	нет			5	5		ю	кроме ADSL
18 ЗАО "ЕМ-Суэво"	да	нет	нет			4	3	хотелось бы видеть реальный расход трафика	ю	кроме ADSL
19 Якупов Александр Русланович	500-53	да	да	нет		4	4		ф	кроме ADSL
20 ООО "ЛАТ-М"	да	да	нет			5	5	предлагаю по качеству тарификации, особенно к директору продаж Наиденну	ю	кроме ADSL
21 ООО "ТОР-ЭЛЕКТРО"	да	нет	да		нет	4	3	хотим установить программу отслеживания трафика	ю	кроме ADSL

22 ООО "Оазис-Парк Телеком"	да	да	да		да	3	4	реагировать оперативнее в иногда поднимать трубку	ю	кроме ADSL
23 ЗАО "Ван"	возле да и нет	да	да		нет	2	3	расшифровка по звонкам и увеличить доступность персонала	ю	кроме ADSL
24 ООО "ТэксСистемПроект -2"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
25 ООО "Аптека ИФК"	да	возле да и нет	нет			4	4		ю	кроме ADSL
26 ЗАО ФВК "Открытый мир"	нет	да	да	себя на сети	нет	3	4		ю	кроме ADSL
27 ЗАО "РусИнтерАвто"	да	нет	нет			5	3	ускорить доставку документов для оплаты, сделать более быстрый Интернет	ю	кроме ADSL
28 ООО "ОП "МЕТТЕМ-Безопасность"	да	да	да		да	5	5		ю	кроме ADSL
29 ЗАО "Камон-Сервис"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
30 ООО "ИСК "Экс-ЭМ"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
31 ИП Павлов Андрей Николаевич	нет	нет	да	что-то с сетью	да	5	2	чтобы Интернет всегда работал	ю	кроме ADSL
32 ООО "Терра Сити"	нет	нет	нет			3	3	пожелание более высокого качества	ю	кроме ADSL
33 ЗАО "Делфин"	да	да	да	себя на сети	нет	4	4		ю	кроме ADSL
34 ООО ИК "ТинкТайм Брокер"	да	да	нет			4	5		ю	кроме ADSL
35 ООО "Автострайт"	нет	нет	нет			2	2	брать плату пропорционально скорости канала	ю	кроме ADSL
36 ООО "Пив-Комфорт"	да	да	да	что-то на сети	нет	4	4	чтобы связь не пропала	ю	кроме ADSL
37 ЗАО "Т группа компаний "ПНК"	да	да	да		да	4	4		ю	кроме ADSL
38 ООО "МеталлСтройСервис"	да	да	нет			4	5		ю	кроме ADSL
39 КФ "Московский капитал" ООО	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
40 ООО "Потаналстрой" ООО	да	да	нет			2	4	установили "кривой номер" без объяснений - снять "кривой номер" и вернуть деньги	ю	кроме ADSL
41 ООО "СМУ-5 Метрстрой"	да	да	нет			5	5		ю	кроме ADSL
42 ЗАО "СТИВКОМ"	да	да	нет			5	4		ю	кроме ADSL
43 ООО "Геле-сервис - М"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
44 ООО "Стоматологическая клиника Алдрак Давыдовского"	нет	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL
45 ООО "Современные морские изделия"	да	да	да	себя на сети	да	5	5		ю	кроме ADSL
46 Представительство компании "Эй-Дви-Эй-Менеджмент"	нет	нет	да		нет	5	4	улучшить работу и реагировать на заявки оперативно	ю	кроме ADSL
47 ЗАО "ВТВ-ПНК"	нет	нет	да		нет	2	2		ю	кроме ADSL
48 ИП Хромов О.В.	да	да	нет			4	5	(к. кооп.5: за компетентность -5, вежливость и доступность -3)	ю	кроме ADSL
49 ЗАО "ПНК Прогресс"	да	да	да	аварии	нет	4	4		ю	кроме ADSL
50 ?	нет	нет	да		нет	2	2		ю	кроме ADSL
51 ООО "РФА Инжиниринг"	да	да	нет			4	4		ю	кроме ADSL

52	ООО "ОЭЗ СТЕПЕНАВТЕХНИКА"	да	да	да	в прошлом году	да	4	5	во	кроме ADSL	
53	ООО "Авантио Издательского и типографии"	да	да	нет			4	4	во	кроме ADSL	
54	ООО "Компания Вирджиния-М"	нет	нет	да	шла настройка оборудования	нет	5	4	улучшить работу техн.персонала	во	кроме ADSL
55	КМТС - Фитал ФГУП "ВУС г. Москвы"	нет	нет	да		нет	4	3		во	кроме ADSL
56	ООО "Жестраискомзвест"	да	да	нет			4	4	повышению ввести безлимитные тарифы	во	кроме ADSL
57	ООО "ИНЦИНТЕЛКОМ"	да	да	да		да	4	4		во	кроме ADSL
58	Государственное общество жилищно-коммунального хозяйства "Первомайское"	да	да	нет			4	4		во	кроме ADSL
59	ООО "Энергия Плюс"	да	да	нет			4	4	повышению ввести безлимитные тарифы	во	кроме ADSL
60	"БелАК-Банк" ОАО	да	да	да	исправность на сети	нет	4	4	повышению ввести безлимитные тарифы для юридических лиц	во	кроме ADSL
61	ООО "Интерколор Медиа Центр"	да	да	да		да	4	5	Побольше клиентов	во	кроме ADSL
62	ООО "ЭРКОИ-Технологии"	нет	нет	да		нет	2	2		во	кроме ADSL
63	ЗАО "ПТК "Ясень-1"	да	нет	да	что-то сбилось	да	4	4		во	кроме ADSL
64	ООО "Юнас-М"	нет	нет	да	то перебит кабель, то проблемы на сети	нет	3	3	увеличить скорость канала	во	кроме ADSL
65	ЗАО "Связь Инженерия"	да	да	да		да	4	4		во	кроме ADSL
66	ООО "ИНТЕРАКТИВ-МЕДИА"	нет	да	да		да	3	4		во	кроме ADSL
67	ООО "Комет"	да	да	да		да	4	4	чтобы быстрее работал Интернет	во	кроме ADSL
68	ООО "Промышленная компания "ТДС"	нет	да	да		да	4	4	хотелось, чтобы Интернет работал всегда	во	кроме ADSL
69	ЗАО "Капиталь Страхование Жизни"	да	да	да	сбоя сети	нет	5	4	повышению профилактических приходов мастера для контроля работы Интеракта	во	кроме ADSL
70	ООО "ИНТЕРЦЕНТР"	да	да	да	сбоя	да		4		во	кроме ADSL
71	ООО "Спец-интер"	да	да	да	аварии	да	4	4		во	кроме ADSL
72	ООО "КОРТЕК РУС"	да	да	нет			4	4		во	кроме ADSL
73	ООО "ДЕКСТИС ГРУПП"	нет	да	нет				4	повышению чтобы Интернет был действительно бесперебойным	во	кроме ADSL
74	ЗАО "Би Ти Ай Системс М"	да	да	да		да		5		во	кроме ADSL
75	ЗАО "Динка Охрана"	да	да	нет				4		во	кроме ADSL
76	ООО "Ваша компьютерная магазин"	нет	да	да		да	4	5	чтобы Интернет не пропал никогда	во	кроме ADSL
77	ООО "АИКБ Татфондбанк"	да	да	да		нет	5	5	быстрее обрабатывать заявки и скорее на них реагировать	во	кроме ADSL
78	ООО "Стройтекс"	да	да	да		нет		4		во	кроме ADSL
79	ООО "Туристическое агентство "Рыжая Сова"	да	да	да		нет	4	5		во	кроме ADSL
80	ООО "ПРИМА ВИСТА"	да	да	нет				4		во	кроме ADSL

237

81	ООО "Диджител"		да	да	нет						4	во	кроме ADSL
82	ООО "Связь"	да	да	да		да		3	4			во	кроме ADSL
83	ООО Компания "ВИЗА КОНКОРД"	да	да	нет				3	4			во	кроме ADSL
84	ООО "Доминанта"	нет	нет	да		нет		5	3	быстрее реагировать на заявки		во	кроме ADSL
85	ООО "ФОРТЭС"	нет	да	да		нет			4			во	кроме ADSL
86	ООО "Связь города"	да	да	нет					4			во	кроме ADSL
87	ООО "Агентство "ТЕРРА"	да	да	нет					4	хотелось бы побыстрее Интернет		во	кроме ADSL
88	ООО "Волна"	нет	нет	да		нет			3			во	кроме ADSL
89	ООО "КОСЖНА МАРКЕТ"	да	да	нет					5	4		во	кроме ADSL
90	ЗАО "МеталСервисЦентр №1"	нет	нет	нет					3	более стабильный Интернет хотелось бы		во	кроме ADSL
91	ООО "ПрофЭксперт"	да	да	нет					4	4		во	кроме ADSL
92	ФГУП НИИ "Интергал"	да	да	нет					4	4		во	кроме ADSL
93	ПТ "Связь-В.Ю."	нет	да	да		нет			4	повышению устранить неполадки быстро		во	кроме ADSL
94	ООО "БестСВ"	да	да	нет						чтобы Интернет был еще лучше		во	кроме ADSL
95	АНО "СНПРИА"	нет	нет	нет					3	2		во	кроме ADSL
96	ЗАО КБ "Сошгорбанк"	нет	да	да	что-то случилось в Бутово	нет			5	5	чтобы не было перебоев	во	кроме ADSL
97	ЗАО "Каркс Сервис Е-моб"	да	да	да		да			4	4		во	кроме ADSL
98	Финдизл ОSAO "Ингосстрах Подмосковье"	нет	нет	да	аварии	да			5	3	поменьше сбоя	во	кроме ADSL
99	ЗАО "Букайтерские Технологии и Аудит"	да	да	да		нет				5		во	кроме ADSL
100	ООО "СБС-ЦЕНТР"	да	да	да	разные сбоя кабельной сети, зависание оборудования, зависание "последней мили"	нет			4	5	изменение ценовой политики в сторону уменьшения тарифов	во	кроме ADSL
101	ООО "Электромонтаж"	да	да	да		да			5	5		во	кроме ADSL
102	ГЧЖ "Ближняя дача"	да	да	нет					4	5	работать в том же духе	во	кроме ADSL
103	(499) 500-15	нет	да	да		да			5	4	увеличить скорость	ф	ADSL
104	(499) 600-49	да	да	нет					4	4		ф	ADSL
105	745-30	да	да	нет					4	4		ф	ADSL
106	(499) 600-13	да	да	да		нет			4	3	низкая скорость, высокая стоимость	ф	ADSL
107	544-644	нет	да	нет					4	4		ф	ADSL
108	(499) 601-14	да	нет	да		да			4	4		ф	ADSL
109	543-35	нет	да	нет					4	4		ф	ADSL
110	(499) 600-28	да	да	нет					4	4		ф	ADSL
111	(499) 601-64	да	да	нет					4	4		ф	ADSL
112	(499) 720-12											ф	ADSL
113	(499) 720-12	да	нет	да		нет			3	3	очень дорогие тарифы по сравнению с Москвой	ф	ADSL
114	(499) 720-73	да	да	нет					4	5	хотим цифровое ТВ	ф	ADSL

238

115	(498) 600-42	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
116	(498) 600-26	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
117	(498) 600-61	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL	
118	(498) 600-26	да	да	да	да			5	4	4	летим цифрове ТВ	ф	ADSL
119	502-00	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
120	500-42	да	да	да	да			4	4	4	увеличить скорость, уменьшить пень	ф	ADSL
121	500-12	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL	
122	500-42	да	да	да	да			5	4		ф	ADSL	
123	589-38	да	нет	нет				4	3	4	летим цифрове ТВ	ф	ADSL
124	544-62	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
125	542-49	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
126	745-35	да	да	да	да			4	4	4	сложно дозвониться до тех.поддержки	ф	ADSL
127	580-45	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
128	514-06	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
129	745-44	да	да	нет				5	4		ф	ADSL	
130	580-47	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL	
131	580-42	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
132	585-52	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
133	543-46	да	да	нет				5	4		ф	ADSL	
134	500-19	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
135	502-80	да	да	нет				3	4		ф	ADSL	
136	545-29	да	да	да	меню кабель блок сети	да		5	4		ф	ADSL	
137	543-31	да	да	да	вышел из строя блок сети	да		4	4		ф	ADSL	
138	500-15	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
139	544-61	да	да	нет				5	5	5	поставить мощный антивирус	ф	ADSL
140	580-62	да	да	нет				5	4	4	по вечерам очень падает скорость, решить проблему с очень большим количеством вирусов	ф	ADSL
141	545-16	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL	
142	544-16	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
143	510-35	да	да	да	да			4	4	4	касти систему скилок, расширить блгу тарифов (сделать депозит)	ф	ADSL
144	544-25	да	да	нет				4	4	4	в личном кабинете не отражается зависимость используемого количества Интернета и оплаты за эти услуги	ф	ADSL
145	510-12	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
146	745-61	нет	нет	да	да			5	5		ф	ADSL	
147	(499) 500-41	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
148	544-65	нет	нет	да	да			4	4	4	повысить качество передачи - довольно часто сбив	ф	ADSL
149	(499) 501-98	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
150	(499) 500-41	да	да	да	да			3	4		ф	ADSL	
151	(499) 501-98	да	да	нет				4	4		ф	ADSL	
152	(499) 500-18	нет	да	да	да			4	4	4	увеличить скорость	ф	ADSL
153	508-38	да	да	нет				5	5		ф	ADSL	
154	505-85	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL	
155	585-59	да	нет	да	да			5	4		ф	ADSL	

239

156	580-62	да	да	нет				5			ф	ADSL		
157	502-72	да	да	нет				5	4	4	увеличить скорость	ф	ADSL	
158	505-87	нет	нет	да	поломка на линии	да		4	1		3	ухудшение качества по выходным дням и ночью	ф	ADSL
159	502-06	да	да	нет				5	5		ф	ADSL		
160	505-85	нет	нет	да	авария на линии	да		5	4	4	увелить скорость. Более устойчивая работа телефона	ф	ADSL	
161	543-45	да	да	нет				4	5	5	порывные прокладывать ивключение об оплате	ф	ADSL	
162	543-31	да	да	нет				4	5		ф	ADSL		
163	505-87	да	да	да				4	4		ф	ADSL		
164	542-54	нет	нет	да		нет		4	2	2	Интернет не работает, Z не помогает его восстановить	ф	ADSL	
165	544-42	да	нет	да	да			5	4		ф	ADSL		
166	543-38	да	да	нет				5	5		ф	ADSL		
167	510-12	нет	да	да	да			4	4	4	локальная сеть	ф	ADSL	
168	543-46	да	нет	да	да			5	4	4	увеличит скорость	ф	ADSL	
169	580-62	да	да	да	да			3	4		ф	ADSL		
170	500-45	нет	да	да	сбон по корольскому каналу	да		4	4	4	долго идет вызов оператора тех.поддержки, расширение сети - дома старой застройки г. Корольск, расширение услуг (цифрове ТВ)	ф	ADSL	
171	544-17	да	да	нет				4	5	5	желдно процветания компании	ф	ADSL	
172	585-19	да	да	да	да			4	4	4	проблемы с авторизацией	ф	ADSL	
173	543-36	да	да	нет				4	4	4	увеличить скорость в часы пик	ф	ADSL	
174	545-23	да	нет	нет				5	5	5	увеличить скорость	ф	ADSL	
175	500-47	да	нет	да	да			4	4	4	ф	ADSL		
176	544-27	да	да	нет				2	3	3	плохая техническая поддержка (ужасна)	ф	ADSL	
177	510-37	да	да	нет				4	4		ф	ADSL		
178	745-91	да	да	нет				5	5		ф	ADSL		
179	504-24	да	да	да	да			4	4		ф	ADSL		
180	543-49	да	да	нет				4	4		ф	ADSL		
181	580-47	нет	нет	да	да			3	3	3	постоянно сбив и неполадки	ф	ADSL	
182	585-59	нет	нет	да	да			4	4		ф	ADSL		
183	514-99	да	да	да	гроза	нет		3	4	4	очень плохая реакция на поломки (например, гроза). Время отсутствия Интернета по вине Z - компенсация не выплачивается	ф	ADSL	
184	514-92	да	да	нет				4	4		ф	ADSL		
185	(498) 600-67	да	да	нет				4	4	4	реальная скорость не соответствует заявленной	ф	ADSL	
186	(498) 720-12	да	да	нет				4	5		ф	ADSL		
187	(498) 720-63	да	да	да	да			3	4	4	сложно дозвониться до тех.поддержки, не вовремя приходит квитанции за Интернет	ф	ADSL	
188	(498) 601-00	да	да	да	да			4	4	4	информация в личном кабинете очень редко обновляется	ф	ADSL	
189	(498) 601-26	да	да	нет				4	4	4	плохая организация оплаты, при утере квитанции сложно получить дубликат	ф	ADSL	

240

190	(498) 720-82	да	нет	нет			3	3	плохое техническое обслуживание	Ф	ADSL
191	(498) 601-56	да	да	да		да	4	5		Ф	ADSL
192	(498) 601-12	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
193	(498) 720-79	да	да	нет			5	5		Ф	ADSL
194	(498) 601-79	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
195	(498) 600-77	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
196	(498) 601-73	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
197	(498) 600-95	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
198	(498) 720-74	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
199	(498) 600-71	нет	нет	да		да	3	3	орган плохое качество интернета	Ф	ADSL
200	(498) 600-29	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
201	(499) 501-98	да	да	нет			4	4		Ф	ADSL
202	(498) 600-46	да	да	да		да	4	4		Ф	ADSL