

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого»

На правах рукописи

ДОМНИН АНТОН ДМИТРИЕВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ И
ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
БЫТОВЫХ УСЛУГ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами: сфера услуг)

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
доцент Барыкин С.Е.

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Тенденции развития бытовых услуг и контроля их качества в Российской Федерации.....	11
1.1. Бытовые услуги как сегмент сферы услуг.....	11
1.2. Анализ современного состояния рынка бытовых услуг в Российской Федерации.....	23
1.3. Организация контроля качества бытовых услуг в субъектах Федерации и муниципалитетах.....	42
Выводы к главе 1.....	50
2. Методы и инструменты контроля качества на предприятиях бытовых услуг.....	53
2.1. Анализ методов оценки качества бытовых услуг.....	53
2.2. Использование контрольных карт для управления качеством бытовых услуг.....	70
2.3. Организационно-правовые условия управления качеством бытовых услуг населению.....	89
Выводы к главе 2.....	100
3. Организационные формы взаимодействий исполнителей бытовых услуг для повышения их качества.....	104
3.1. Использование механизмов саморегулирования для повышения качества бытовых услуг.....	104
3.2. Развитие мультисервисов в крупных городах как фактор повышения качества жизни населения.....	125
3.3. Сетевая модель координации межорганизационных взаимодействий при создании системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе.....	140
Выводы к главе 3.....	152
Заключение.....	155
Список использованной литературы.....	164
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	216

Введение

Актуальность диссертационного исследования. Объемы и разнообразие потребления услуг, в том числе бытовых, являются важнейшими индикаторов качества жизни населения страны, региона, муниципального образования. Рост их потребления специалисты в области управления связывают с ростом доходов населения, увеличением свободного времени, комфортностью проживания.

Бытовое обслуживание населения, имеющее длительную историю развития в советский период развития Российской Федерации, подверглось серьезным деформациям в период реформ 90-х годов XX века. Данный вид деятельности, имеющий социальное значение, характеризуется невысокой рентабельностью, преимущественно индивидуальным характером обслуживания потребителей услуг, незначительными объемами прибылей, не привлекал внимание предпринимателей в период становления рыночных отношений. В результате значительно сократилась сеть предприятий бытового обслуживания населения, была практически разрушена инфраструктура отрасли.

К настоящему времени подавляющая часть предприятий бытового обслуживания являются малыми, бытовые услуги оказывает значительное количество индивидуальных предпринимателей. Отсутствие серьезной поддержки малого предпринимательства в стране, необходимость для предпринимателей решения проблем аренды, пополнения оборотных фондов, расчетов с поставщиками в условиях инфляции издержек, отодвигает для них проблемы качества на второй план. Это является недопустимым, особенно в отношении бытовых услуг, которые относятся к социально значимым. Восстановление контрольных механизмов в отрасли выражается в работе с потребителями на неудовлетворительное качество

полученных услуг, однако проблема предотвращения низкого качества услуг в современных условиях организации бытового обслуживания в стране пока не решена. В то же время и ученые-теоретики, и специалисты-практики отмечают необходимость и возможность внедрения в практику предприятий бытового обслуживания населений инструментов и методов, позволяющих осуществлять мониторинг и регулирование качества бытовых услуг. Столь же важным является решение задачи определения организационных форм взаимодействия сторон, заинтересованных в обеспечении населения качественными бытовыми услугами, включая органы местного и регионального управления.

Значимость увеличения предложения качественных бытовых услуг, развития сети предприятий бытового обслуживания в городской и сельской местностях, недостаточная разработанность методического обеспечения внутреннего контроля качества бытовых услуг, необходимость использования новых организационных форм взаимодействий исполнителей и потребителей бытовых услуг, а также муниципальных и региональных органов управления и контроля обусловили актуальность темы исследования.

Разработанность темы исследования. Проблемы управления качеством услуг широко освещены в трудах таких отечественных и зарубежных исследователей, как В. А. Бабурин [47], Л. Берри [57, 58], Т. И. Безденежных [243], Л.В. Бесфамильная [59], А. Л. Воробьев [83, 84], А.А. Волкова [75, 98], Дж. Боуэн [215], В. В. Глущенко [97], Е. А. Горбашко [102], И.Г. Головцова [101, 160], Г.Д. Дроздов [136], У.Э. Деминг [402–404], Е. С. Егорова [145], А.Д. Евменов [140, 141], В.А. Зейтамль [57], М. О. Искосков [186], К. Исикава [185], Г.А. Карпова [192–195], А. Ю. Курочкина [219], Ф. Котлер [215], П. А. Красовский [217], М. В. Латышев [221], Дж. Мейкенз [215], О.В. Максимова [34, 231], А.В. Никитин [255], Е.Ю. Никольская [258],

К.В. Огурцов [265], В.В. Окрепилов [266–269], А.Н. Петров [44, 277], А. Парасурман [57], Л.В. Плахова [273, 286], Д. Г. Родионов [312], А. Г. Зекунов [170], Л.Е. Скрипко [103], Л.В. Хорева [277, 364], Р.А. Фатхутдинов [356], И.Ф. Феклистов [357, 358, 377], Циганов В. В. [371], В. А.Черненко [374], У.А. Шухарт [34, 231, 244], В.Ф. Янченко [388] и другие. Однако библиографический поиск, предпринятый автором диссертационного исследования показал, что количество исследований, посвященных развитию предложения бытовых услуг, повышения их качества и доступности для широких слоев городского и сельского населения и опубликованных после 1990-х годов существенно сократилось по сравнению с периодом 1970-х – 1980-х годов. В частности, недостаточно разработаны возможности использования добровольных объединений и ассоциацией предпринимателей, оказывающих бытовые услуги, для повышения эффективности контроля качества. Кроме того, в существенно меньшей степени, чем для промышленного производства, разработано инструментальное обеспечения контроля качества бытовых услуг.

Целью диссертационной работы является разработка организационно-методического обеспечения процессов повышения качества бытовых услуг населению.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить и классифицировать факторы, определяющие качество бытовых услуг населению;
- разработать способ и методический инструментарий оценки качества бытовых услуг населению;
- установить порядок взаимодействий предприятий бытового обслуживания населения и их объединений с органами местного

самоуправления, обеспечивающий повышение доступности и качества бытовых услуг населению;

- обосновать требования к документационному обеспечению политики предприятий бытового обслуживания населения и их объединений в области качества услуг населению;

- установить возможности участия организаций бытового обслуживания населения и (или) их объединений в территориальном планировании муниципального образования;

- разработать модель координации взаимодействий предпринимателей и саморегулируемой организации при создании бытового мультисервиса, обеспечивающей стабильный уровень качества бытовых услуг.

Объектом исследования являются предприятия и индивидуальные предприниматели, оказывающие бытовые услуги на территории Российской Федерации.

Предметом исследования являются организационно-экономические механизмы, формирующие качество бытовых услуг населению, и инструментальные методы его оценки.

Теоретическая основа исследования представлена научными трудами и публикациями отечественных и зарубежных ученых в области теории сферы услуг, управления качеством, планирования и прогнозирования, теории систем и системного анализа, статистики, сетевого планирования.

Методологическая основа исследования. Методы исследования: общие и специальные методы научного познания, такие, как системный подход, методы анализа и синтеза, сравнения и аналогии, статистический и экономико-математический анализ.

Информационная база диссертации представлена нормативно-правовыми актами федерального и регионального уровней, официальными статистическими данными, информацией актуальных аналитических обзоров,

отраслевых периодических журналов (в том числе электронных источников), данными опросов.

Обоснованность и достоверность результатов диссертационного исследования обеспечена представительной и актуальной теоретико-методологической и информационной базой исследования, корректным использованием общих и специальных методов научного познания применительно к цели и задачам исследования, апробацией результатов исследования в практической деятельности и на конференциях, публикацией материалов в рецензируемых изданиях.

Соответствие диссертации Паспорту научных специальностей ВАК. Диссертация выполнена в соответствии с п. 1.6.109. Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка; п. 1.6.115. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения паспорта специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг).

Научная новизна диссертационного исследования состоит в разработке теоретических и методических положений, позволяющих сформировать инструментарий повышения качества бытовых услуг в процессе бытового обслуживания населения на основе организационно-управленческой модели взаимодействий предпринимателей, добровольных саморегулируемых организаций и органов регионального и муниципального управления в рамках создания бытового мультисервиса, а также совершенствования методов контроля качества бытовых услуг с использованием контрольных карт.

Наиболее существенные результаты, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем, заключаются в следующем:

- уточнена классификация факторов, определяющих качество бытовых услуг на основе дополнения таких критериев, как: запросы потребителей, качество процесса оказания услуг, качество обслуживания клиентов в организации бытового обслуживания населения, государственные и корпоративные стандарты, регламентами саморегулируемых организаций предприятий бытовых услуг в области качества;

- разработан подход к оценке качества бытовых услуг с использованием контрольных карт на основе адаптации методики SERVQUAL по критериям осязаемости, надежности, отзывчивости, убежденности, сочувствия; на базе статистической обработки экспертной информации определены предупреждающие границы, а также границы регулирования коэффициентов качества бытовых услуг по каждому из критериев;

- сформированы схемы организационных взаимодействий предпринимателей, оказывающих бытовые услуги населению, их добровольных объединений, формируемых как саморегулируемые организации, органов регионального и муниципального управления и контроля в процессе повышения качества бытовых услуг, в которой, в отличие от уже имеющихся разработок саморегулируемые организации выступают в качестве регулятора обратной связи с администрацией муниципального образования;

- разработаны рекомендации по формированию политики в области качества для саморегулируемых организаций бытового обслуживания населения с учётом их организационной специфики и требований государственных стандартов качества;

- предложена схема взаимодействий координационного совета саморегулируемых организаций бытового обслуживания населения, администрации муниципального образования и комитета по экономическому развитию субъекта Федерации в процессе территориального планирования,

обеспечивающая квотирование площадей на создание бытового мультисервиса;

- разработана сетевая модель координации взаимодействий предпринимателей и саморегулируемой организации при создании бытового мультисервиса; выделена совокупность критических работ (создание системы менеджмента качества каждым членом бытового мультисервиса; разработка регламента контроля качества; прекращение деятельности предприятий бытового обслуживания, при достижении нижней границы регулирования), позволяющих обеспечивать неснижающийся уровень качества бытовых услуг.

Теоретическая значимость исследования состоит в развитии подходов к инструментарию управления предприятиями сферы бытовых услуг на основе обеспечения качества с позиций расширения возможностей согласования интересов субъектов рынка через механизмы саморегулирования.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности использования инструментов контроля качества бытовых услуг в процессе территориального планирования развития мультисервисов с учётом интересов производителей услуг, а также предпринимателями и их объединениями при разработке мероприятий по повышению качества бытовых услуг.

Апробация результатов диссертационного исследования. Основные положения и результаты исследования прошли апробацию на научно-практических конференциях, а также были внедрены в практическую деятельность.

Публикации. Основное содержание диссертационного исследования представлено в 16 работах общим объемом 12,3 п.л. (лично автора – 10,5 п.л.), в том числе в 7 статьях общим объемом 6,3 п.л. (лично автора – 4,9 п.л.) в

журналах, рекомендованных ВАК для публикации материалов диссертаций, предъявляемых на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложения. Общий объем работы составляет 248 страниц, включает 25 таблиц, 14 рисунков и приложение. Библиографический список включает 436 наименований.

Во введении обоснована актуальность темы исследования; сформулированы цель и задачи исследования, определены объект и предмет исследования, раскрыта научная новизна, выявлена теоретическая и практическая значимость работы. **В первой главе** сформирована базовая система определений предмета и объекта исследования, дана оценка состояния и динамики объемов потребления бытовых услуг и проведен анализ организации контроля их качества в регионах Российской Федерации. **Во второй главе** содержится обзор инструментов контроля качества услуг. Представлена авторская методика использования контрольных карт для управления качеством бытовых услуг. Дана характеристика организационно-правовых условий управления качеством бытовых услуг населению. **В третьей главе** представлена концепция создания саморегулируемых организаций по направлениям оказания бытовых услуг, представлены требования к системе менеджмента качества данных организаций. Обоснована целесообразность создания бытовых мультисервисов и представлена сетевая модель координационных взаимодействий членов бытового мультисервиса с заинтересованными сторонами. **В заключении** приведены основные теоретические и практические выводы и предложения по результатам диссертационного исследования.

1. Тенденции развития бытовых услуг и контроля их качества в Российской Федерации

1.1. Бытовые услуги как сегмент сферы услуг

Формы и направления предпринимательской активности хозяйствующих субъектов в сегментах бытовых услуг отличаются значительным разнообразием. Это обусловлено разнородностью объектов предложения и спроса на бытовые услуги, сложностью половозрастной и социальной структуры потребителей, избирательностью реакций на методы продвижения и стимулирования спроса. Для бытовых услуг характерны существенные различия в ресурсоемкости, часть бытовых услуг обладает свойствами осязаемости и хранимости. Вследствие указанных различий возникают различия в детерминантах качества бытовых услуг: для некоторых из них более значимо качество сырья, материалов, оборудования, для других - ключевым параметром являются квалификационные и личностные качества работников, менеджеров и руководителей предприятий бытового обслуживания населения (БОН). Указанные различия являются причиной множественности и неоднозначности классификаций видов БОН и определений их качества [12, 16, 405]. В основе любого классификационного признака должно лежать четкое и обоснованное представление об экономической сущности классифицируемых объектов. Это предполагает выяснение роли и назначения бытовых услуг населению в структуре спроса и предложения на рынке услуг [115, 287].

В экономической науке существует весьма разработанная теория функционирования сферы услуг, в основе которой лежат труды А. Смита, Д. Рикардо, К. Маркса. Многие исследователи внесли существенный вклад в ее развитие с учетом опыта развития экономики в течение XX и в начале XXI века. Кроме перечисленных во введении к ним следует отнести Г. А.

Аванесову [33], И. В. Аронова [45], Г. Л. Белова [55], Гарвина Д. [408], Дентона Д. [405], Джорджа С. [409], Иняца Н. [182], Кафидова В. М. [198], Клименко А. В. [204], Коневу О. В. [207], Красовского П. А. [217], Лавлока К. [220], Лайтинена Э. [417], Латышева М. В. [221], А. Н. Матанцева [236], Мишанкова А. Ф. [241], Пяткову Т. В. [285], Рудакову О. Ю. [319], Романычев И.С. [314], Сюткина Г. Н. [347], Хаксевера К. [355], Хотинскую Г.И. [366] и др.

В рамках данной диссертации рассматривается анализ особенностей и закономерностей эволюции сферы услуг, выполненный Л.М. Кликичем [201]. «Он справедливо основывает выявление специфики эволюции услуг на раскрытии экономической природы этого особого вида блага, для чего обращается к трудам классиков экономической теории и показывает, что уже в классических теориях был заложен фундамент для дальнейшего развития понятийного аппарата теории услуг. Он показал также глубокую методологическую связь современной теории услуг с трудами классиков. Так, К.Маркс обосновал, что услуга «как специфическая полезность, полезность в форме деятельности» имеет двойственную природу, результат одних видов услуг воплощается в товаре, других - неосязаем и не имеет товарную форму. В концепции производительного и непроизводительного труда А. Смита услуги отделены от материальных благ, исходя из того, создает ли данный вид труда, осязаемый материальный объект или нет. Отсюда им сделан вывод о неэкономичности услуг. Дальнейшее развитие неоклассической теории А. Маршаллом позволило сблизить достижения классической теории трудовой стоимости Д. Рикардо и предельной полезности Е. Бем-Баверка тем, что услуга, как одна из форм блага, обладает полезностью» [202, 203, 332].

Ф. Котлер определяет услугу как «полезное действие или выгоду потребительской стоимости товара, используемую клиентами для

удовлетворения личных потребностей, взамен выгоды или ценности, требующихся продавцу услуги [174].

Поскольку услуги удовлетворяют потребности людей, многие известные авторы концентрируют внимание на анализе сущности понятия «потребности» и их составе [127, 162, 163, 174, 242, 243, 257, 272, 273, 297, 329, 334], в том числе, выделяя из них «бытовые потребности» [50, 51, 242, 243, 272, 294].

«Последующее уточнение категория «услуга» получила в теории непроизводственной сферы, в которой дискутировали две точки зрения по сущности услуги: как полезного результата труда, предназначенного для личного потребления; как специфического отношения, непроизводственного обмена труда на доход» [202, 332].

По мнению ряда авторов [241-243, 257, 258, 270, 272, 273, 275, 288, 289, 323], услуга в качестве основополагающего сущностного признака и неотъемлемого своего атрибута содержит единый процесс производства и персонального субъективного потребления. Специализированный процесс соединения производителя услуги с индивидуально конкретным потребителем, целеполагающее доведение до потребителя самого труда и его результатов носит название «сервис» или «обслуживание» [240, 242, 243, 270]. При этом осязаемого, овеществленного продукта производства потребителю не предоставляется. Процесс обслуживания, как правило, индивидуален, многовариантен, в своей конструкции носит творческий характер, дифференцирован по времени, месту, срокам и способам предоставления услуг [241-243].

С развитием производительных сил общества усиливается производственный, хозяйственный характер услуг, а главное – возросла потребность в услугах и спрос со стороны населения. Услуги стали играть самостоятельную роль в экономике – сложились рынок услуг и сфера услуг.

Одной из наиболее глобальных тенденций в современной экономике является стремительный рост объемов предоставляемых услуг. По многим параметрам рынок услуг догнал и перегнал рынок товаров. Такая тенденция обусловлена целой группой факторов – техническими, демографическими, природно-климатическими, социальными [241-243].

Ключевым фактором, обусловившим динамичный рост сферы услуг, явился технический прогресс, результатом которого стало создание новых областей сервиса, обеспечивших дополнительный приток рабочей силы и капиталов. Развитие экономики на базе технического прогресса объективно способствует росту услуг, связанных с поставками потребителю и дальнейшей эксплуатацией все более и более усложняющихся в техническом отношении товаров [241-243].

Действительно, любой товар, особенно высокотехнологичный и длительного пользования, создает потребность в услугах, развивает области производственного сервиса. В зависимости от характера изделия потребности в услугах могут включать [241-243]:

- транспортировку и складирование;
- установку и монтаж;
- заправку горючим;
- техническое обслуживание и ремонт;
- чистку и восстановление внешнего вида;
- экологически адекватную утилизацию.

Влияние экономических факторов на сферу услуг обуславливается общей динамикой ВВП, изменением спроса на потребительские и инвестиционные товары, уровнем занятости и доходов (зарботной платы) населения, а также рядом других важных макроэкономических показателей, таких, как дефицит государственного бюджета и др. [241-243].

Совершенно очевидно значение демографического фактора в системе воздействия внешней среды на все отрасли экономики в целом и на сферу услуг в частности. Действительно, в данном случае несомненную важность имеют и динамика изменения численности различных возрастных групп, в том числе в трудоспособном и нетрудоспособном возрасте, и показатели рождаемости и смертности, и соотношение мужского и женского населения и др. [241-243].

Социальные факторы проявляют себя в росте культурного уровня населения – потребителей услуг, в изменениях моды, престижности отдельных профессий и видов деятельности, в том числе, и по оказанию услуг [241-243].

Важное значение имеют природно-климатические факторы, также оказывающие влияние на динамику и направление развития сферы услуг. Например, глобальное потепление ведет к росту услуг по ремонту и эксплуатации кондиционеров, холодильных установок. Загрязнение окружающей среды провоцирует рост потребности в медицинских услугах и т.п. [241-243].

В зарубежных работах по маркетингу [151, 393, 394, 398, 400, 401, 410, 412, 420, 425, 428, 430, 431, 433, 435] рассматривается связка товар-услуга и всевозможные их комбинации с преобладанием свойств товара или услуги. «Исходя из этого, услуга представляется результатом взаимодействия объектов и субъектов, а не самой деятельностью» [202].

«Обобщая вышеприведенные точки зрения на экономическую природу услуг, Л.М. Кликич к наиболее распространенным ошибкам в трактовке сущности услуг относит: сведение ее к определенному функциональному содержанию конкретного труда или к его характеристикам, а также отождествление услуги с непроизводственной деятельностью или с товаром. Данный автор считает, что рассматриваемая в

политэкономическом плане категория «услуга», выражает не полезное действие труда и не его результат, а специфическое экономическое отношение, отношение по поводу общественного труда. Услуговая форма обмена общественного труда противостоит товарной. Основное отличие между ними состоит в том, что товар – это материализованный и отчужденный от производителя результат труда [51, 155]. Он доводится до обезличенного потребителя через рынок с использованием стандартных процедур через сеть посредников – перекупщиков. Между потреблением и производством товара всегда есть временной лаг. Услуга же одновременно является и объектом, и носителем специфического экономического субъект-субъектного отношения по поводу общественного обмена труда по заказу [156, 288]. Процесс ее потребления, как правило, совпадает с процессом производства, поскольку в основе её оказания единый процесс производства и персонального потребления. Услуговую форму обмена отличает от товарной прямая связь производителя и потребителя, её результатом не является осязаемый, материализованный продукт труда» [65, 167, 201, 202].

«Несмотря на то, что мнение о том, что услуга неосязаема является общепринятым и устоявшимся в экономической науке, автор диссертации считает, что ряд услуг производственного характера обладает свойством осязаемости (например, парикмахерские и косметические услуги, работы по ремонту помещений, автосервис)» [202].

«Исходя из условия, что услуги должны сопровождать весь жизненный цикл человека, и мотивационных факторов трех психологических категорий человека, в дополнение к пирамиде потребностей А. Маслоу Л.М. Кликич предложил шестиуровневую пирамиду потребностей в услугах» [202] (рисунок 1.1.1).

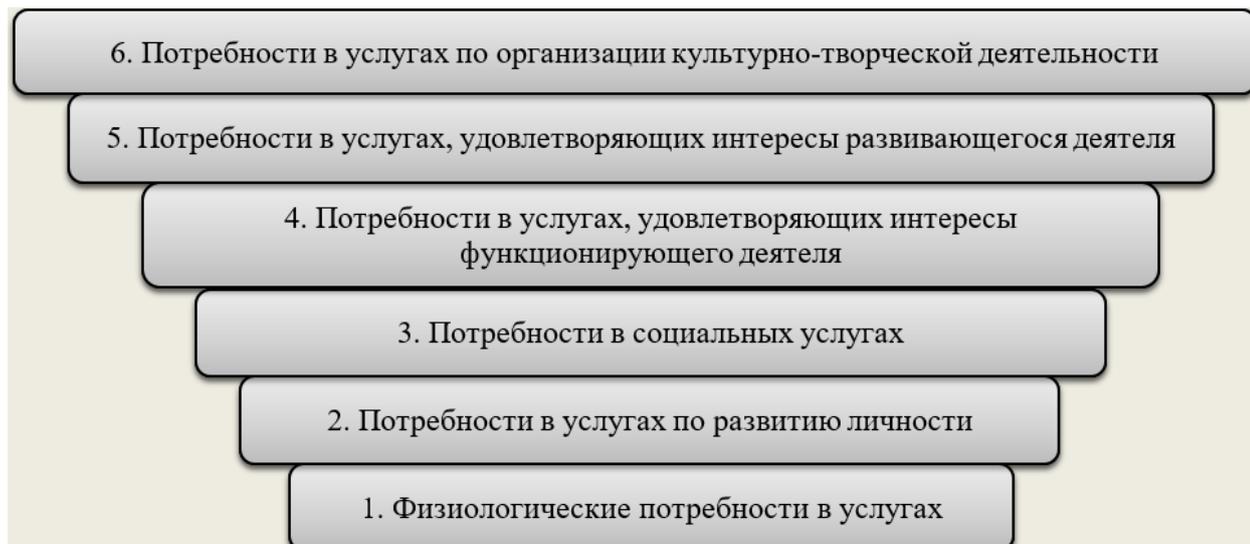


Рисунок 1.1.1 - Пирамида потребностей человека в услугах [202]

Пирамида, предложенная Л.М. Кликичем, усечена, т.к. исходит из того минимума потребностей человека, которые существуют от момента его рождения и растут вместе с ним.

«С целью дифференциации мотивационных факторов потребления услуг Л.М. Кликич выделил три психологических категории человека: индивид, субъект и личность, а также установил, что индивидные проявления человека направлены на удовлетворение его первичных (физиологических) потребностей в услугах, субъектные – вторичных (психолого-социальных) и личностные – третичных (культурно-духовных) потребностей в услугах. Соответственно, потребности первого и второго уровней являются потребностями индивида, третьего и четвертого уровней – потребностями субъекта, пятого и шестого уровней – потребностями личности» [202, 203].

Л.М. Кликичем разработана классификация услуг для населения (таблица 1.1.1). лучше использовать сквозную нумерацию таблиц и рискнув по всему тексту без учета главы и параграфов

Таблица 1.1.1 - Классификация услуг по потребностям, стадиям жизненного цикла человека и типам потребителей [152, 165, 202, 203]

Стадии жизненного цикла и этапы развития человека	Виды		Виды услуг по действующему ОКУН	Иерархия услуг по потребностям психологических категорий человека
	психологических категорий человека	потребностей человека в услугах		
1. Рождение и рост	Индивид	Первичные потребности тела (физиологические)	Бытовые, жилищно-коммунальные, торговли и общественного питания, медицинские, прочие	Услуги, удовлетворяющие физиологические потребности растущего человека
2. Развитие и зрелость:				
- становление функционирующего деятеля	Субъект	Вторичные потребности сознания и тела (социальные)	Образования, санаторно-оздоровительные, физической культуры и спорта, социальные, связи, банков, туристские и экскурсионные, правового характера, пассажирского транспорта, прочие	Услуги, удовлетворяющие потребности функционирующего деятеля
- становление развивающегося деятеля	Личность	Третичные потребности сознания (развития деятельности)	Услуги учреждений культуры, науки, некоторые виды бытовых, медицинских и прочих услуг	Услуги, удовлетворяющие потребности развивающейся личности
- становление творческого деятеля			Отсутствуют	Услуги культурно-творческого самовыражения личности
3. Старение и смерть	Индивид, личность, субъект	Все виды потребностей	Бытовые, жилищно-коммунальные, торговли и общественного питания, медицинские, услуги учреждений культуры, науки и прочие услуги	Все виды услуг

«Анализ предложенной классификации услуг позволил ему сделать выводы о том, что действующая организационная система оказания услуг населению ориентирована в основном на удовлетворение потребностей индивида и субъекта и почти не приспособлена к потребностям личности, тогда как основной ценностью в современном обществе является именно творческая личность. Данный вывод представляется несколько

категоричным и не вполне соответствующим методологии А. Маслоу [396], который подчеркивал, что удовлетворение высших потребностей невозможно без удовлетворения низших. Поэтому в терминологии Л.М. Кликича, потребности индивида предшествуют потребностям субъекта и личности. Отсюда следует, что бытовые услуги призваны удовлетворять основные, базовые потребности индивида, субъекта и личности, т.е. на всех стадиях жизненного цикла и развития человека» [202, 203].

В рамках данной диссертации используется нижеприведенная система базовых определений в соответствии с «ГОСТ Р 50691-2013. Модель системы обеспечения качества услуг», утвержденным Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 6 сентября 2013 г. N 875-ст [17].

1. Услуга - результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяют на три группы [52, 192, 277]:

- материальные услуги, обеспечивающие восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказу граждан, а также перевозку грузов и людей. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и т.д.;

- социально-культурные услуги, обеспечивающие поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. В частности, к социально - культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и т.д.

- смешанные.

2. Качество услуги - совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [8, 382].

3. Система качества - совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством [37, 140, 257, 292].

4. Бытовое обслуживание населения представляет собой деятельность бытовых служб по оказанию ремонтных и профилактических услуг и работ, услуг и работ по изготовлению предметов, вещей, объектов по индивидуальным заказам, услуг и работ, связанных с личной гигиеной, оздоровлением и формированием индивидуального образа человека, а также удовлетворением иных потребностей, возникающих в бытовой среде обитания человека [321].

Бытовая услуга, в соответствии с использованными выше определениями и согласно мнению автора диссертации, представляет собой результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению бытовых потребностей потребителя (потребностей первого уровня по рисунку 1.1.1).

Словарь Ожегова определяет понятие «качество» как «наличие существенных признаков, свойств, особенностей, отличающих один предмет или явление от других». В.А. Копнов, ссылаясь на стандартизованное определение качества ISO 9000:3.1.1, утверждает, что «качество — степень соответствия присущих характеристик требованиям» [134, 321]. «И.В. Рудакова определяет качество бытовой услуги как степень соответствия результата, выраженного в материальной или нематериальной форме, предоставляемой бытовой услуги запросам потребителей и, как следствие, — платежеспособному спросу посредством качественного

обслуживания клиентов и качественного производственного процесса» [319, 321].

В соответствии с Федеральным законом от 03.07.2016 г. № 248-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ» бытовые услуги – «платные услуги, которые оказываются физическим лицам и коды которых в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности и Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности определяются Правительством Российской Федерации» [1].

Исполнителем бытовых услуг является предприятие бытового обслуживания населения, выполняющее работы, или оказывающее услуги потребителям бытовых услуг по возмездному договору. Бытовая служба - юридические лица, оказывающие бытовые услуги населению, а также граждане, занимающиеся предпринимательской деятельностью по бытовому обслуживанию без образования юридического лица.

Основная сложность управления предприятием БОН связана с необходимостью преодоления фактора сезонности, который влияет на объем спроса практически на все бытовые услуги. Колебания объемов спроса на услуги ведут к соответствующим изменениям в потребностях в ресурсах – трудовых, материальных, финансовых. Неравномерна интенсивность использования оборудования в течение года, что определяет неравномерность распределения затрат на его обслуживание [113, 141, 256]. Эффективное управление сезонными циклами деятельности предприятий БОН, включающее планирование потребностей во всех видах ресурсов, своевременную организацию их наличия на предприятии, мотивацию персонала к эффективной производственной деятельности в условиях неполной занятости в период низкого сезона и перегрузок в период высокого сезон, а также координацию, регулирование и контроль

деятельности предприятия на всех фазах сезонного цикла, является основой обеспечения надлежащего качества бытовых услуг [49, 76, 102, 120, 155, 227].

Эффективная деятельность предприятий БОН предполагает достижение целевого соотношения результатов и затрат, обеспечивающего желаемый собственником уровень рентабельности производства бытовых услуг. В контексте данной диссертации это предполагает оказание максимально возможного объема бытовых услуг, совокупность характеристик которых полностью удовлетворяет установленные и предполагаемые потребности потребителя, при минимальных затратах на достижение удовлетворенности потребителя. Отсюда следует противоречие интересов потребителя и производителя бытовых услуг при их взаимодействии при оказании/получении услуги, заключающееся в стремлении производителя минимизировать затраты на оказание услуги при ожиданиях потребителя, определяемых его стремлением получить максимальный объем и качество услуги при ее минимальной стоимости.

В соответствии со введенным выше определением, повышение качества бытовой услуги логично понимать, как повышение удовлетворенности потребителя бытовой услугой в соответствии с установленными или ожидаемыми им характеристиками услуги. Отсюда следует необходимость совершенствования как государственных, отраслевых и корпоративных стандартов оказания бытовых услуг, так и качества обслуживания клиентов предприятий БОН.

Спецификой бытового обслуживания населения в настоящий момент является значительный объем теневых услуг. Повсеместно распространено предоставление ремонтных, парикмахерских, массажных услуг лицами, не зарегистрированными в качестве предпринимателей. Поэтому точная оценка объемов оказания бытовых услуг не представляется возможным.

1.2. Анализ современного состояния рынка бытовых услуг в Российской Федерации

В соответствии с общемировыми тенденциями сервисизации экономики, в Российской Федерации на протяжении ряда лет наблюдается рост объемов всех видов услуг (таблица 1.2.1). Доля бытовых услуг в общем объеме платных услуг в последние годы стабильно держится в интервале от 10,37% до 10,46%. Отметим, что в период с 2016-2018 г.г. наблюдается уменьшение доли объема платных бытовых услуг. Так в 2016 году данное значение равнялось 10,75%, а к 2018 году составило 10,37%. Только в 2019 году заметна положительная динамика и значение данного показателя составило 10,46% [316]. Анализ абсолютных величин выявил тенденцию роста объема платных бытовых услуг. Это является результатом роста личного потребления, вызванного посткризисным периодом развития экономики.

Несмотря на стабильный рост объемов потребления бытовых услуг, темпы их роста оставались на прежнем уровне в 2014-2015 г.г., а в период с 2016 по 2017 г. заметно ухудшение. Начиная с 2018 года ситуация стала улучшаться и значение увеличилось на 4,8% к 2018 году и на 6,4% к 2019 соответственно. (Таблица 1.2.1).

Таблица 1.2.1 – Изменение объемов бытовых услуг и цен на них [316]

Показатели	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	млн. руб.	2014 к 2013, %	млн. руб.	2015 к 2014, %	млн. руб.	2016 к 2015, %	млн. руб.	2017 к 2016, %	Млн. Руб.	2018 к 2017, %	млн. руб.	2019 к 2018, %
Всего	7467521	107,80	8050808	107,81	8636277	107,27	9211441	106,66	9703358	105,3	10239713	105,53

Бытовые услуги	806022	108,08	877938	108,92	928625	105,77	960577	103,45	1006536	104,8	1070960	106,4
Индекс потребительских цен на услуги	-	110,5	-	110,2	-	104,9	-	104,4	-	103,9	-	103,04

Расчитано автором по данным источника: Российский статистический ежегодник. – М., 2020.

Замедление темпов роста оказания бытовых услуг, как показывают данные таблицы 1.2.1, сопровождались также снижением индекса роста цен на услуги, причем наблюдалось относительное удорожание бытовых услуг в 2014, 2015 и 2019 гг. (темпы роста бытовых услуг в 2014 и 2015 гг. ниже индекса потребительских цен на услуги), а в 2016, 2017 годах ситуация обратная. В 2018 и 2019 году индекс цен на услуги снизился не смотря на повышение показателя роста цен на бытовые услуги.

Таблица 1.2.2 – Структура платных услуг [316]

Отрасли сферы услуг	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%								
Всего	6927482	100,00%	7467521	100,00%	8050808	100,00%	8636277	100,00%	9211441	100,00%	9703358	100%	10239713	100%
Жилищно-коммунальные услуги	1852944	26,75%	2022275	27,08%	2219849	27,57%	2388628	27,66%	2594404	28,17%	2717629	28,01%	2847746	27,8%
Бытовые услуги	745747	10,77%	806022	10,79%	877938	10,90%	928625	10,75%	960577	10,43%	1006536	10,37%	1070960	10,5%
Услуги учреждений культуры	117405	1,69%	128548	1,72%	138937	1,73%	154238	1,79%	166289	1,81%	173219	1,79%	182811	1,8 %
Туристские услуги	147996	2,14%	147541	1,98%	158252	1,97%	161344	1,87%	166520	1,81%	172090	1,77%	179826	1,8 %
Услуги физической культуры и спорта	47849	0,69%	53973	0,72%	62209	0,77%	70274	0,81%	78466	0,85%	87684	0,90%	95886	0,9 %
Медицинские услуги	416227	6,01%	474432	6,35%	528359	6,56%	572445	6,63%	626626	6,80%	677686	6,98%	723097	7,1 %
Ветеринарные услуги	12312	0,18%	13743	0,18%	15560	0,19%	17254	0,20%	18160	0,20%	18929	0,20%	21699	0,2 %
Услуги правового характера	85801	1,24%	88642	1,19%	96497	1,20%	96049	1,11%	97970	1,06%	107779	1,11%	115506	1,1 %
Образовательные услуги	449233	6,48%	486543	6,52%	539685	6,70%	567312	6,57%	613294	6,66%	655472	6,76%	696769	6,8 %
Транспортные услуги	1298484	18,74%	1385538	18,55%	1481518	18,40%	1699442	19,68%	1850446	20,09%	1928971	19,88%	2060235	20,1 %
Услуги связи	1226545	17,71%	1268730	16,99%	1283482	15,94%	1291072	14,95%	1326918	14,41%	1379734	14,22%	1401132	13,7%

Санаторно-оздоровительные услуги	82444	1,19%	92300	1,24%	110513	1,37%	120009	1,39%	137031	1,49%	155296	1,60%	163824	1,6 %
Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	162387	2,34%	175709	2,35%	188992	2,35%	213288	2,47%	219916	2,39%	255708	2,64%	247279	2,4 %
Социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	10851	0,16%	13361	0,18%	16022	0,20%	19114	0,22%	22060	0,24%	25075	0,26%	28377	0,3 %
Прочие виды платных услуг	271255	3,92%	310165	4,15%	332995	4,14%	337183	3,90%	332765	3,61%	341551	3,52%	404566	3,9%

Рассчитано автором по данным источника: Российский статистический ежегодник. – М., 2020.

Анализ предпринимательской активности в бытовом обслуживании населения свидетельствует о стагнации отрасли (таблицы 1.2.2. – 1.2.4) [271, 280, 316]. Это выражается в следующем:

- в сельской местности стоит отметить уменьшение количества предприятий БОН в целом. Тенденция роста характерна только для предприятий, оказывающих услуги по ремонту и строительству жилья и других построек. Количество предприятий, оказывающих остальные направления услуг, сокращается;

- анализ таблиц показывает, что подавляющее количество предприятий бытового обслуживания расположено в городской местности. В наименьшей степени представлены в сельской местности предприятия, занимающиеся ремонтом и пошивом обуви;

- в городской местности темпы роста предприятий БОН изменяются в диапазоне 2-5%, за исключением услуг по ремонту и пошиву обуви, фотоателье, фото- и кинолабораторий, бань и душевых, по которым наблюдается незначительное уменьшение количества организаций;

- в целом количество приемных пунктов в городской местности незначительно увеличилось (темп роста 100,21), а в сельской уменьшилось (темп роста 85,85). По большинству видов бытовых услуг наблюдается более высокий темп роста количества приемных пунктов в городской местности нежели в сельской (за исключением изготовления и ремонта мебели, химическая чистки и крашения, услуг прачечных, а также ремонта и строительства жилья и других построек).

- «наибольший рост предпринимательской активности в сфере бытовых услуг в анализируемом периоде наблюдался в городской местности в сфере химической чистки и крашения, услуг прачечных; в сельской местности - ремонт и строительство жилья и других построек» [60].

Таблица 1.2.3 - Структура и динамика количества предприятий бытового обслуживания населения в Российской Федерации в городской и сельской местности [271, 280].

	2019 г.					2018 г.					Темп роста	
	Всего ,ед			Удельный вес в общем количестве		Всего ,ед			Удельный вес в общем количестве		В городской местности	В сельской местности
	РФ	В городской местности	В сельской местности	В городской местности	В сельской местности	РФ	В городской местности	В сельской местности	В городской местности	В сельской местности		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11=стр.2/ 7стр.* 100	12=стр.3/ 8стр.*100	
Число ателье (мастерских, салонов) - всего	342 109	300 555	41 554	87,85	12,15	338444	295766	42678	0,874	0,126	101,62	97,37
в том числе:												
1. Ремонт и пошив обуви	17616	16 236	1 380	92,17	7,83	18415	16839	1576	0,914	0,086	96,42	87,56
2. Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	27121	24 189	2 932	89,19	10,81	27071	24010	3061	0,887	0,113	100,75	95,79
3. Ремонт и техническое обслуживание бытовой и радио-электронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	23732	21 407	2 325	90,20	9,80	22938	20453	2485	0,892	0,108	104,66	93,56

4. Изготовление и ремонт мебели	11 079	9 688	1 391	87,44	12,56	11048	9573	1475	0,866	0,134	101,20	94,31
5. Химическая чистка и крашение	4 562	4 338	224	95,09	4,91	4359	4116	243	0,944	0,056	105,39	92,18
6. Услуги прачечных												
7. Ремонт и строительство жилья и других построек	22 727	19 792	2 935	87,09	12,91	22290	19417	2873	0,871	0,129	101,93	102,16
8. Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	55 771	46 285	9 486	82,99	17,01	54732	45201	9531	0,826	0,174	102,40	99,53
9. Услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	13 651	12 134	1 517	88,89	11,11	13841	12231	1610	0,884	0,116	99,21	94,22
10. Услуги бань и душевых	12 920	11 042	1 878	85,46	14,54	13157	11132	2025	0,846	0,154	99,19	92,74
11. Услуги парикмахерских	97 062	86 303	10 759	88,92	11,08	95540	84510	11030	0,885	0,115	102,12	97,54
12. Ритуальные услуги	12 014	9 652	2 362	80,34	19,66	12008	9597	2411	0,799	0,201	100,57	97,97
13. Прочие услуги	43 854	39 489	4 365	90,05	9,95	43045	38687	4358	0,899	0,101	102,07	100,16

Рассчитано автором по данным источников: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Официальный сайт. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС).

Таблица 1.2.4 - Структура и динамика сети предприятий бытового обслуживания населения в Российской Федерации в городской и сельской местности [271, 280]

	2019 г.					2018 г.					Темп роста	
	Всего ,ед			Удельный вес в общем количестве		Всего ,ед			Удельный вес в общем количестве		В городской местности	В сельской местности
	РФ	В городской местности	В сельской местности	В городской местности	В сельской местности	РФ	В городской местности	В сельской местности	В городской местности	В сельской местности		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11=стр.2/стр.7*100	12=стр.3/стр.8*100	
Число приемных пунктов - всего	25 728	23 872	1 856	92,79	7,21	25893	23731	2162	0,917	0,083	100,21	85,85
в том числе:												
1. Ремонт и пошив обуви	1 883	2 239	170	90,97	9,03	1866	1672	194	0,896	0,104	133,91	87,63
2. Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	2 670	3 032	316	88,16	11,84	2586	2254	332	0,872	0,128	134,52	95,18
3. Ремонт и техническое обслуживание бытовой и радио-электронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	2 394	3 610	155	93,53	6,47	2373	2210	163	0,931	0,069	163,35	95,09
4. Изготовление и ремонт мебели	3 197	1 713	165	94,84	5,16	2961	2833	128	0,957	0,043	60,47	128,91

5. Химическая чистка и крашение	3 671	2 354	61	98,34	1,66	3700	3630	70	0,981	0,019	64,85	87,14
6. Услуги прачечных												
7. Ремонт и строительство жилья и других построек	3 586	3 450	136	96,21	3,79	3603	3501	102	0,972	0,028	98,54	133,33
8. Услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	2 079	1 898	181	91,29	8,71	2253	2028	225	0,900	0,100	93,59	80,44
9. Ритуальные услуги	2 390	2 017	373	84,39	15,61	2348	1956	392	0,833	0,167	103,12	95,15
10. Прочие услуги	3 858	3 559	299	92,25	7,75	4203	3647	556	0,868	0,132	97,59	53,78

Рассчитано автором по данным источников: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Официальный сайт. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС).

Данные факты свидетельствуют о стагнации (или даже снижении) уровня жизни и городского, и сельского населения страны, поскольку экономической наукой доказана прямая связь между качеством жизни населения и объемом потребления платных услуг, в том числе бытовых [424].

Указанная связь доказывается анализом соотношений между доходами домохозяйств и долей расходов на оплату бытовых услуг, данные о которых отслеживаются официальной статистикой, регистрирующей динамику объемов бытовых услуг, а также количественные и динамические характеристики факторов, на них влияющих (таблица 1.2.5).

Таблица 1.2.5– Удельный вес расходов на оплату бытовых услуг в потребительских расходах домашних хозяйств в зависимости от места проживания и уровня среднедушевых располагаемых ресурсов (в процентах от общей суммы потребительских расходов) [271, 280]

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Все домашние хозяйства	3,1	3,0	2,8	3,0	3,2	3,2	3,5	3,5
Домохозяйства по 20-процентным группам обследуемого населения								
Первая (с наименьшими располагаемыми ресурсами)	1,4	1,5	1,7	1,6	1,8	1,9	1,9	1,9
Вторая	1,7	1,9	2,1	2,1	2,2	2,4	2,6	2,5
Третья	2,6	2,8	2,7	2,6	2,7	2,9	3,0	3,0
Четвертая	3,4	3,6	3,4	3,5	4,0	3,8	4,1	4,0
Пятая (с наибольшими располагаемыми ресурсами)	3,2	3,0	3,0	3,5	3,6	3,4	3,9	3,9

Источники: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Официальный сайт. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС).

Постоянное повышение цен на бытовые услуги в условиях неравномерного роста доходов населения приводит к тому, что относительная стоимость этих услуг для бюджетов домашних хозяйств со

временем увеличивается. На рисунке 1.2.1 показаны две противоположные тенденции: с одной стороны, доля бытовых услуг от общего объема платных услуг с 2008 по 2015 гг. стабильна, с другой стороны – доля бытовых услуг в расходах домашних хозяйств за этот же период сначала несколько снижается вплоть до 2015 года, а после наблюдается небольшой рост доли от общего объема (в пределах 0,5%). Итогом этого процесса становится неизменность в плане доступности бытовых услуг для широких слоев населения. Как следует из таблицы 1.2.5, возможность их использования тем выше, чем выше уровень доходов домохозяйства. Причем разрыв в долях расходов на бытовые услуги между беднейшими и наиболее состоятельными домохозяйствами со временем возрастает. С точки зрения развития ситуации на рынке это означает диспропорцию в развитии между относительно дорогими и относительно дешевыми видами бытовых услуг.

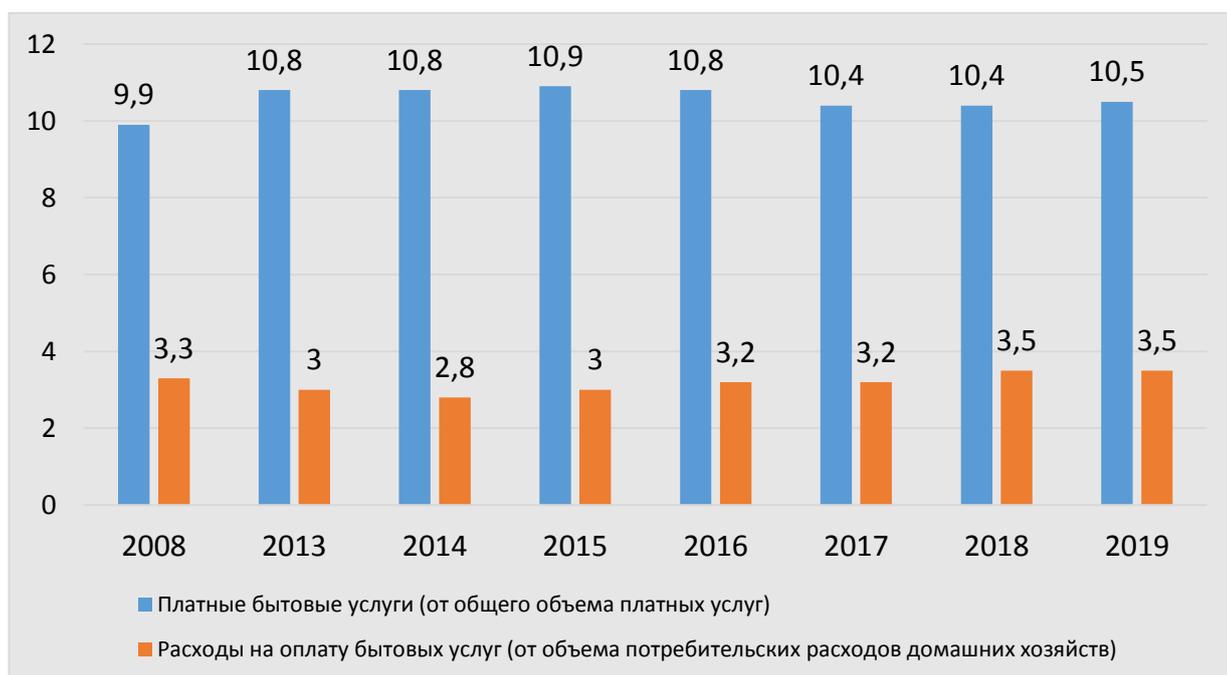


Рисунок 1.2.1. Удельный вес платных бытовых услуг населению в общем объеме платных услуг и в потребительских расходах домашних хозяйств (в процентах) [271, 280].

Анализ, проведенный Региональной ассоциацией предприятий мультисервиса [172, 414] показывает, что при изменении уровня материального дохода домохозяйства изменяется и структура расходов, осуществляемых на оплату услуг. Отмечено, в частности, что семьи с низким уровнем достатка примерно 81% от совокупных располагаемых доходов семьи тратят на так называемые «обязательные» услуги, к которым относятся оплата жилищно-коммунальных услуг, услуг связи и транспорта. Рост тарифов на жилищно-коммунальные услуги, снижение доступности и качества бесплатного медицинского образования, образовательных услуг при существенно меньшем росте доходов населения ведет к снижению доли бытовых услуг в структуре потребления. Кроме того, как уже отмечалось в п.1.2, существенно различается и структура, и объемы потребления бытовых услуг городским и сельским населением: на селе бытовые услуги востребованы существенно меньше, чем в городах. Это можно объяснить и меньшими доходами сельского населения, и меньшим предложением бытовых услуг на селе.

Если рассматривать посткризисный период, начиная с 2009 г., то можно констатировать, что объем рынка бытовых услуг в России в 2009 году составил 440 млрд. руб. или 10% от всех платных услуг, оказанных населению [149]. В 2016 году объем рынка бытовых услуг составил 928 млрд. руб. или 10,8% от всех платных услуг оказанных населению. В сфере бытового обслуживания занято около 400 тыс. человек [115]. В 2017 году произошел рост объема бытовых услуг на 32 млрд. руб., однако доля объема от всех платных услуг населению сократилась на 0,4%. В 2018 году значения данного показателя остались неизменными, а в 2019 году заметен незначительный рост показателя. Как видно из таблицы 1.2.6, ее доля в общем объеме платных услуг остается относительно постоянной,

подвергаясь колебаниям, не превышающим 1%. Иными словами, динамика бытовых услуг следует за динамикой экономики всех услуг населению.

Таблица 1.2.6. Доля бытовых услуг в процентах от общего объема платных услуг населению, по годам [271, 281–284].

2011	9,6
2012	9,9
2013	10,8
2014	10,8
2015	10,9
2016	10,8
2017	10,4
2018	10,4
2019	10,5

В таблице 1.2.7 показана тенденция изменения бытовых услуг населению в 2019 году. По сравнению с предыдущим годом объем бытовых услуг увеличился на 6,45%. Наибольшую долю услуг на 2019 год составляет техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования, а наименьшую – химическая чистка и крашение. В целом тенденция изменения объема оказанных бытовых услуг неоднозначная.

Таблица 1.2.7 - Объем бытовых услуг населению по видам [280, 316]

Бытовые услуги	2019			
	Млн. рублей	В % к		
		2017	2018	итогу
Всего	7297,1	111,55	106,45	100
в том числе: ремонт, окраска и пошив обуви	91,3	104,82	103,28	1,25
ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	229,3	102,87	100,39	3,14
ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	336,1	104,12	100,66	4,61
техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	2256,7	111,54	106,08	30,93
изготовление и ремонт мебели	233,4	106,87	103,27	3,20
химическая чистка и крашение, услуги прачечных	74,4	112,22	106,29	1,02
ремонт и строительство жилья и других построек	1871,4	107,69	104,38	25,65
услуги фотоателье	104,1	104,20	102,26	1,43

услуги бань и душевых	192,9	109,85	105,07	2,64
услуги предприятий по прокату	205,8	248,25	216,63	2,82
услуги парикмахерских	947,1	114,76	106,88	12,98
ритуальные услуги	457,1	108,60	104,70	6,26
прочие виды бытовых услуг	297,6	115,13	104,38	4,08

Источники: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. 2020: Стат. сб./Росстат.–М., 2020.

Данные табл. 1.2.8 свидетельствуют о том, что не только экономический кризис стал причиной снижения объема рынка. Некоторые отрасли бытового обслуживания демонстрировали спад на протяжении ряда лет, а другие имели небольшие спорадические подъемы, которые переходили в спад.

Подобная динамика свидетельствует о существовании внутренних проблем отрасли, которые могут усугубляться в условиях экономического кризиса, но не сводятся к нему. Соответственно, и преодоление кризиса не приведет автоматически к подъему в сфере бытовых услуг (таблица 1.2.8).

Таблица 1.2.8. Индексы физического объема бытовых услуг населению (в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году) [280, 316]

Бытовые услуги	Год									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	102,9	101,4	104,4	105,1	101,6	101,1	100,8	100,5	102,4	103,4
из них:										
ремонт и пошив обуви	75,4	97,6	102,3	98,0	98,7	96,9	98,3	96,1	98,6	100,2
ремонт и пошив одежды, пошив и вязание трикотажных изделий	65,3	96,3	98,4	100,3	98,8	98,5	98,7	98,4	99,1	97,4
ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	107,8	97,5	106,0	102,8	104,0	99,6	101,7	99,5	100,3	98,1

техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	102,2	108,0	108,4	112,9	104,5	100,7	101,8	101,3	103,2	103,2
химическая чистка и крашение	92,9	98,6	111,5	96,2	103,1	98,8	100,4	99,9	101,7	100,8
услуги прачечных	77,1	87,4	99,4	108,0	95,4	97,2	101,0			
ремонт и строительство жилья и других построек	108,7	101,9	103,8	102,4	98,7	103,2	101,5	98,7	101,3	101,9
услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	89,8	102,6	103,2	101,8	97,6	92,3	93,8	98,4	99,9	98,8
услуги бань и душевых	108,6	98,4	104,9	100,6	97,4	93,7	99,8	98,1	100,2	100,4
услуги парикмахерских и косметические услуги	106,6	101,3	105,5	103,3	103,5	101,3	102,6	105,3	103,8	102,9
ритуальные услуги	98,5	96,6	99,0	98,0	100,0	99,5	94,0	99,2	100,6	101,1

Источники: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. 2020: Стат. сб./Росстат.–М., 2020.

Состав организаций бытового обслуживания и ресурсы, которыми они располагают, говорит о том, что внутренние проблемы отрасли во многом являются отражением проблем малого предпринимательства в России [79, 150, 301]. По данным опроса руководителей объектов бытового обслуживания (рисунок 1.2.2), наиболее серьезной проблемой, с которой они сталкиваются, является недостаток собственных средств – типичная трудность малого бизнеса в условиях недостаточно развитой системы кредитования [161, 164, 183, 210, 354]. Примечательно, что низкий потребительский спрос беспокоит почти в два раза меньшее число участников рынка бытовых услуг.

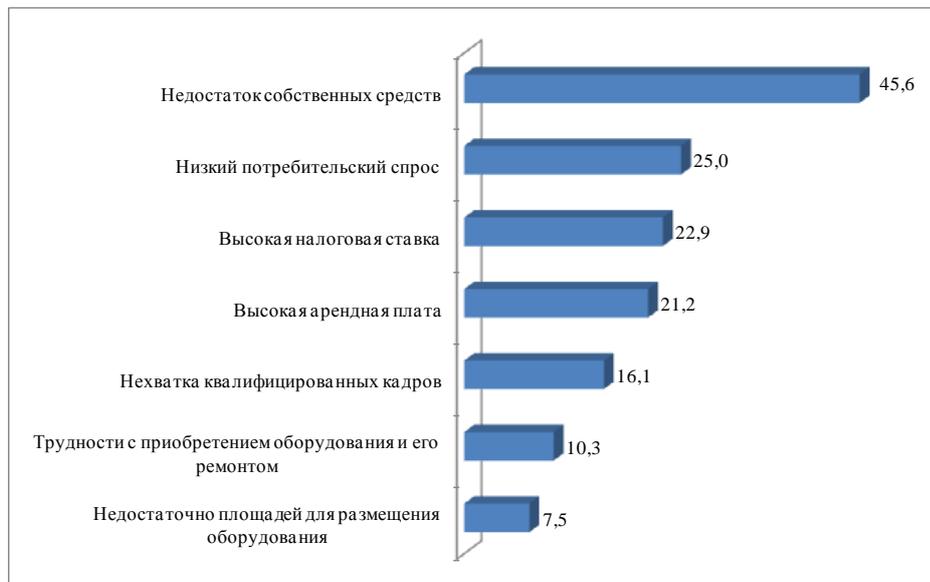


Рисунок 1.2.2 - Проблемы, с которыми сталкивались в своей работе руководители (владельцы) организаций, занимавшихся бытовым обслуживанием населения (по данным анкетирования руководителей (владельцев) объектов бытового обслуживания; в процентах от общего числа ответивших) [233].

Естественной тактикой малого предприятия в условиях недостатка собственных средств является повышение цен. Данные таблицы 1.2.9 иллюстрируют эту тактику: индекс потребительских цен во всех отраслях бытовых услуг за последние десять лет неизменно превышает 100%, не является исключением и период кризиса, связанный с падением спроса и общего физического объема бытовых услуг.

Таблица 1.2.9. Индекс потребительских цен, за апрель, в % к апрелю предыдущего года (в сопоставимых ценах) [271, 316]

Бытовые услуги	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	107,19	108,24	106,66	108,31	106,48	108,42	105,53	104,1	104,1	105,17

Ремонт, пошив одежды и обуви	109,2	108,56	106,89	106,64	105,33	108,91	106,18	106,4	102,94	103,42
Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов	110,42	107,45	105,63	107,4	106,09	109,37	106,04	104,93	103,46	102,65
Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	107,42	108,52	107,54	106,69	106,66	106,9	103,46	103,99	101,94	102,29
Ремонт жилищ	102,49	104,32	105,79	107,08	106,33	107,98	104,09	102,66	101,29	102,72
Услуги фотографов	103,95	102,73	103,27	104,26	104,01	121,12	110,74	104,65	101,46	103,22
Услуги бань и душевых	114,47	113,12	105,53	112,38	109,84	115,37	107,2	106,78	104,69	104,47
Услуги парикмахерских	109,54	109,13	106,44	107,66	106,05	108,57	106,77	103,64	103,64	104,02
Ритуальные услуги	108,89	111,4	108,15	114,41	107,56	107,36	107,4	105,09	103,15	103,71

Источники: Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019 и Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. 2020: Стат. сб./Росстат.–М., 2020.

Влияние кризиса на сферу бытовых услуг исследовано Г. Н. Сюткиным [348], который выделяет три кризиса сферы бытового обслуживания.

«Первый кризис произошел в период перехода к рыночным отношениям и активной приватизации, и тогда отрасль понесла самые большие потери. Почти исчез сельский сервис, была разрушена система отраслевой специализации и кооперации; из отрасли ушло около половины работников» [218, 348].

«Второй кризис в 1998 году привел к существенному переделу собственности. Многие предприятия лишились своих производственных площадей, оборудования и продолжился отток кадров. В последующем, в период повышения уровня жизни населения страны, многие предприятия получили второе дыхание. Началось их активное развитие, особенно услуг парикмахерских, ломбардов, фотолабораторий, ремонт бытовой техники» [218, 348].

«Третий кризис, начавшийся в 2008 году, также понес значительный разрушительный потенциал. Реальные доходы многих групп населения сокращаются. Многие организации сферы бытового обслуживания повышают цены на свои услуги. Обоснование простое: тарифы на энергоресурсы (электроэнергия, газ), стоимость транспортных, коммунальных услуг в 2008 – 2009 годах существенно возросли» [218, 348].

«Спрос на услуги предприятий бытового обслуживания сокращаются пропорционально уменьшению доходов граждан. В среднем на каждый 10% уменьшение доходов, на 25-30% падает спрос. Однако по отдельным видам услуг, прежде всего услугам, традиционным для определенной категории потребителей, спрос остается постоянным по объему услуг или количеству заказов. По другим услугам граждане переходят на самообслуживание: сами стирают белье, ремонтируют одежду, квартиру и т.д.» [218, 321, 348].

В результате анализа состояния и проблем функционирования сферы бытовых услуг за период 2010-2019 годов, а также литературного обзора были сделаны следующие выводы [93, 214, 218, 237, 321, 348, 397]:

1. Изготовление новых изделий – одежды, обуви, мебели, ювелирных изделий, других предметов домашнего обихода, строительство частных домов, садовых домиков, надворных построек, гаражей и т.д. заметно сокращается.

2. Ремонт и обновление одежды – сокращается количество предприятий, занимающихся предоставлением данного вида услуг в сельской местности, а в городской среде – обратная ситуация.

3. Ремонт обуви –увеличивается по многим видам ремонта, особенно дорогой обуви. Далее прогнозируется дальнейший спрос на эти услуги, в том числе и в сельской местности.

4. Услуги ломбардов. «По сообщениям многих предприятий количество заказов и объем выдаваемых кредитов под залог ювелирных изделий возрастет. Увеличивается потребность в кредитах под залог одежды, головных уборов, техники. Одновременно растет объем невозвращенных кредитов и невыкупленных изделий, что создает ломбардам проблемы с их хранением и реализацией. Соответственно ломбарды для уменьшения риска существенно занижают стоимость получаемых в залог вещей, и соответственно уменьшают размеры выдаваемых кредитов. Такое развитие этих услуг может привести к разорению отдельных граждан и соответственно их недовольству органами власти» [93, 214, 348].

5. Услуги парикмахерских. В зависимости от уровня предоставляемых услуг их динамики выглядит по-разному. Эксклюзивные услуги дорогих салонов в основном остаются на прежнем уровне. Услуги для среднего класса сокращаются по ассортименту и стоимости, но требования по

качеству сохраняются. Услуги эконом-класса в основном сохраняются по объему, ассортимент сокращается, а требования по качеству возрастают.

6. Услуги металлоремонта в основном сохраняются на прежнем уровне. Эти услуги относятся к услугам повседневного необходимого спроса и их объем по количеству заказов мало меняется. Однако есть примеры увеличения стоимости этих услуг в связи с ростом курса валюты, т.к. заготовки и оборудование в основном импортные.

7. Автосервис. Спрос на услуги ремонта и технического обслуживания автотранспортных средств во многом зависит от доходов владельцев автомобилей. Владельцы дорогих иномарок, как и прежде, пользуются услугами автосервиса. Остальные автолюбители стараются реже пользоваться услугами автосервиса, предпочитая часть работ выполнять самостоятельно, в том числе мытье автомобиля, замена масла, смена колес, подкачка шин.

8. Ритуальные услуги. Спрос на них и количество заказов в силу специфики услуг сохраняется постоянным, он не зависит от экономической ситуации в стране.

9. Услуги бань. Услуги недорогих бань общего пользования сохраняются на прежнем уровне по количеству заказов и объему (эти услуги являются социально значимыми услугами повседневного необходимого спроса), хотя цены на них растут из-за подорожания энергоресурсов, водопотребления и водоотведения [93, 214, 218, 237, 321, 348, 397].

1.3. Организация контроля качества бытовых услуг в субъектах Федерации и муниципалитетах

В соответствии с Законом о защите прав потребителей, который на национальном уровне регламентирует требования к порядку оказания

отдельных видов услуг потребителям, в 2020 год разработан и с 01 января введены в действие Правила бытового обслуживания населения, в которых, однако, отсутствует раздел о правилах обеспечения надлежащего качества оказываемых услуг [6].

С целью обеспечения доступности информации по актуальным вопросам соблюдения потребительских прав с 2016 году функционирует информационный ресурс zpp.rospotrebnadzor.ru.

Во многих субъектах федерации приняты региональные программы, направленные на повышение качества бытовых услуг населению. Так, в Санкт-Петербурге принят торговый кодекс, который регламентирует возможности защиты прав потребителей, условия налогообложения производителей товаров и услуг, организацию лицензирования и сертификации [261]. Также в указанном регионе с 1992 года функционирует Центр контроля качества [369]. Основными направлениями деятельности центра является рассмотрение жалоб граждан и сертификация товаров и услуг. В центре работает около 218 специалистов, оказывающие консультативную помощь в вопросах обмена или возврата товаров/ услуг.

В Ростовской области [168] с 2008 года во всех муниципальных образованиях стали действовать структурные подразделения по защите прав потребителей, где население может получить квалифицированную бесплатную консультационную помощь. В 2009 году Красноярский край [260] перенял опыт Ростовской области и организовал территориальные отделы Управления Роспотребнадзора.

В 2019 году в рамках реализации федерального надзора в Красноярском крае Управлением Роспотребнадзора было проведено 2387 проверок организаций, реализующих товары и услуги населению. Количество проверок в сфере оказания бытовых услуг составило 58, что составляет 2,4 % от всего количества проведенных мероприятий [315].

Анализ обращений граждан за 2019 год по городу Москва выявил следующее:

- наибольшее число обращений было связано с нарушениями в сфере розничной торговле (39%);

- снизилось количество обращений по сравнению с 2018 годом по нарушениям условий проживания в жилых помещениях на 1%, по санитарным нормам на производстве на 4%, по качеству пищевых продуктов на 1%;

- по сравнению с 2018 годом возросло общее количество жалоб на 18% и на 20% вопросов связанных с защитой прав потребителей.

Анализ результатов обращений населения в городе Москве за 9 месяцев 2017 года выявил следующее [180]:

- в структуре обращений по сравнению с 2016 годом снизилось количество жалоб на бытовые, финансовые услуги и услуги ЖКХ;

- увеличилось количество обращений на услуги связи, на транспортные услуги, на платные медицинские услуги, на услуги общественного питания;

- наибольший удельный вес составляют обращения по нарушению прав потребителей в сфере розничной торговли.

В Москве вместе с Роспотребнадзором функционирует ФБУ «Ростест-Москва» [317], который организует добровольную сертификацию услуг, а также специализируется на консультациях потребителей. Данная организацией контролирует качество ввозимой продукции на территорию Москвы и Московской области.

Интересен опыт организации управления качеством бытовых услуг администрацией субъекта Федерации – Томской области, где действует программа добровольной сертификации предприятий БОН [211]. Данное положение о сертификации Администрации Томской области является действующим. Исследование и оценка категории качества объектов

бытового обслуживания осуществляется Комиссией по классификации объектов бытового обслуживания Томской области на категории качества. Формирование состава, руководство и организационно-методическое обеспечение деятельности Комиссии по классификации осуществляются Департаментом потребительского рынка Администрации Томской области. Состав Комиссии по классификации формируется с учетом отраслевой группы услуг и места расположения объекта бытового обслуживания. В Комиссию по классификации по согласованию приглашаются представители [8]: исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления, наделенного полномочиями в сфере потребительского рынка муниципального образования, на территории которого располагается объект классификации; органа по сертификации, аккредитованного в установленном порядке; профессионального объединения предпринимателей, если таковое создано; испытательных лабораторий; независимые эксперты.

Заявка на проведение классификации подается исполнителем бытовых услуг в Департамент потребительского рынка Администрации Томской области по форме согласно приложению. К заявке прилагаются документы, подтверждающие соответствие объекта бытового обслуживания критериям отнесения объекта бытового обслуживания к категориям качества. Комиссия по классификации проводит исследование (оценку) объекта бытового обслуживания, качества предоставляемых исполнителем услуг и качества обслуживания населения в течение тридцати дней с момента поступления заявки. Результаты исследования оформляются актом оценки категории качества объекта бытового обслуживания по установленной форме. Исполнитель бытовых услуг знакомится с Актом оценки под роспись [8].

В случае установления Актом оценки соответствия объекта бытового обслуживания определенной категории качества исполнителю бытовых услуг в течение установленного после проведения исследования (оценки) выдается Свидетельство о присвоении категории качества сроком на три года. Выдача свидетельств о присвоении категории качества и ведение их реестра осуществляются Департаментом потребительского рынка Администрации Томской области [8].

В Приложении приведены перечни критериев категоричности для предприятий бытового обслуживания различного профиля. В таблице 1.3.1 приведен пример критериев для бань и душевых.

Таблица 1.3.1 – Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги бань и душевых [8]

Показатели	Отделения бань		Номера бань		Ванно-душевые отделения
	Высшая	первая	высшая	первая	
1	2	3	4	5	6
Категории					
Факторы качества					
1. Состав и квалификация работников:					
1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	50	Д	50	Д	Д
2. Квалификация руководящего персонала:					
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников со специальным высшим образованием	Д	Д	Д	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние 3 года	Д	Д	Д	Д	Д
3. Требования к составу помещений:					
3.1. Ожидальная	-	-	+	+	+
3.2. Раздевальная	+	+	+	+	+

3.3. Мыльная с обмывочными душами или помещение с душами	+	+	+	+	-
3.4. Парильная или жаркие помещения	+	+	+	+	Д
3.5. Наличие различных видов жарких помещений (парильных) в отделении (номере)	Д	Д	Д	Д	Д
3.6. Микробассейн (охлаждающий) или купально-плавательный бассейн	+	+	+	+	+
3.7. Специально оборудованная комната отдыха	+	+	-	-	-
3.8. Кабины закрытого типа с душами или ванными	-	-	-	-	+
Элементы системы менеджмента качества					
4. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д	Д	Д	Д
5. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, выставках, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д	Д	Д	Д
6. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	Д	Д	Д	Д	Д
7. Наличие элементов маркетинга на предприятии, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	+	Д	+	Д	Д
Качество обслуживания					
8. Внешний вид, оборудование и оформление здания и отделений (номеров)					
8.1. Художественное оформление помещений	+	Д	+	Д	Д
8.2. Наличие фирменного стиля	Д	Д	Д	Д	Д
8.3. Наличие специальной одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	+	+	+	+
8.4. Наличие развлекательных элементов (бильярд, музыкальная аппаратура, телевизор и т.п.)	+	Д	-	-	-
8.5. Сейфы для хранения ценных вещей	Д	Д	Д	Д	-
9. Дополнительный сервис					
9.1. Водолечебные процедуры	Д	Д	Д	Д	Д

9.2. Массаж	Д	Д	Д	Д	Д
9.3. Услуги прачечных	Д	Д	Д	Д	-
9.4. Услуги парикмахерских	+	+	+	+	Д
9.5. Предоставление фенов (сушуаров)	+	+	+	+	+
9.6. Реализация сопутствующих товаров (веников, полотенец, мыла и т.п.)	+	Д	+	+	Д
9.7. Реализация чая и безалкогольных напитков	+	+	+	+	Д
10. Удобный режим работы					
10.1. Количество часов работы в неделю более 65	+	Д	+	Д	Д
10.2. Работа до 21 часа и позднее	+	Д	+	Д	Д
10.3. Работа в воскресные дни	Д	Д	Д	Д	Д
11. Специальные условия обслуживания для отдельных (постоянных) категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.п.)	Д	Д	Д	Д	Д
12. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д	+	Д	Д
13. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д	Д	Д	Д
14. Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону, возможность заказа услуги по телефону	+	Д	+	Д	Д
Качество результата услуг					
15. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+	+	+	+

Таким образом, можно констатировать наличие определенного положительного опыта организации контроля качества бытовых услуг в регионах и защиты прав потребителей в регионах. Реализация описанных выше мероприятий создает потенциальную возможность получения потребителями качественных услуг [81, 179], однако, по мнению потребителей, основная проблема состоит в том, что в случае получения некачественной услуги бывает достаточно трудно получить компенсацию.

Динамичное развитие сферы бытовых услуг в регионе предполагает использование научно обоснованных региональных концепций и планов стратегического развития бытовых услуг [77, 302–304].

Автором диссертации проанализирован ряд источников [144, 255, 320, 367, 378] и по результатам анализа выявлены следующие предложения ученых и практиков о необходимости:

- подготовки в условиях широкого обсуждения в профессиональном сообществе Федерального Закона о бытовом обслуживании населения;
- актуализации Общероссийского классификатора бытовых услуг;
- определения условий размещения муниципального социально значимого заказа на право оказания бытовых услуг социально незащищенным категориям граждан;
- наметить меры и определить механизмы развития конкуренции в сфере бытовых услуг;
- разработать организационные механизмы мониторинга субъектов предпринимательской активности, объемов, ассортимента и качества бытовых услуг населению в регионах;
- разработать меры, гарантирующие оказание социально значимых бытовых услуг социально незащищенным группам населения;
- внести в стратегические планы социально-экономического развития регионов разделы по развитию бытового обслуживания в сельской местности;
- изучить возможности использования добровольных объединений и ассоциаций предпринимателей для развития предложения бытовых услуг и их качества [121].

Выводы к главе 1

«Наиболее распространенными ошибками в трактовке сущности услуг являются: сведение ее к определенному функциональному содержанию конкретного труда или к его характеристикам, а также отождествление услуги с непроемственной деятельностью или с товаром. Можно выделить три психологических категории человека: индивид, субъект и личность. Индивидуальные проявления человека направлены на удовлетворение его первичных (физиологических) потребностей в услугах, субъектные – вторичных (психолого-социальных) и личностные – третичных (культурно-духовных) потребностей в услугах» [202]. Потребности первого и второго уровней являются потребностями индивида, третьего и четвертого уровней – потребностями субъекта, пятого и шестого уровней - потребностями личности. Потребности индивида предшествуют потребностям субъекта и личности. Отсюда следует, что бытовые услуги призваны удовлетворять основные, базовые потребности индивида, субъекта и личности, т.е. на всех стадиях жизненного цикла и развития человека.

Бытовое обслуживание населения представляет собой деятельность бытовых служб по оказанию ремонтных и профилактических услуг и работ, услуг и работ по изготовлению предметов, вещей, объектов по индивидуальным заказам, услуг и работ, связанных с личной гигиеной, оздоровлением и формированием индивидуального образа человека, а также удовлетворением иных потребностей, возникающих в бытовой среде обитания человека.

Бытовая услуга представляет собой результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению бытовых потребностей потребителя (потребностей первого уровня).

Эффективная деятельность предприятий БОН предполагает достижение целевого соотношения результатов и затрат, обеспечивающего желаемый собственником уровень рентабельности производства бытовых услуг. Это предполагает оказание максимально возможного объема бытовых услуг, совокупность характеристик которых полностью удовлетворяет установленные и предполагаемые потребности потребителя, при минимальных затратах на достижение удовлетворенности потребителя. Отсюда следует противоречие интересов потребителя и производителя бытовых услуг при их взаимодействии при оказании/получении услуги, заключающееся в стремлении производителя минимизировать затраты на оказание услуги при ожиданиях потребителя, определяемых его стремлением получить максимальный объем и качество услуги при ее минимальной стоимости. Под качеством бытовой услуги понимается совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Сложившаяся ситуация на рынке бытовых услуг населению Российской Федерации характеризуется уменьшением их потребления (в сопоставимых ценах), что ведет к росту конкуренции между предпринимателями, оказывающими бытовые услуги населению, поскольку предпринимательская активность в бытовом обслуживании населения растет. Об этом свидетельствует рост количества хозяйствующих субъектов в городах и сельской местности, а также расширение сети приемных пунктов предприятий БОН.

Анализ показал, что не только экономический кризис стал причиной снижения объема рынка. Некоторые отрасли бытового обслуживания, такие как ритуальные услуги демонстрировали спад на протяжении ряда лет. Другие – химическая чистка и крашение, услуги прачечных – имели небольшие спорадические подъемы, которые переходили в спад. Причем

разрыв в долях расходов на бытовые услуги между беднейшими и наиболее состоятельными домохозяйствами со временем возрастает. Отсюда следует необходимость «разработки мер, способствующих удовлетворению спроса на услуги, соответствующих ожиданиям потребителей по соотношению цена/качество, особенно на услуги первой необходимости, на услуги невысокой стоимости, на услуги, которые могут быть наиболее востребованными в период кризиса, когда у значительной части населения доходы уменьшаются» [348].

Во многих субъектах федерации приняты региональные программы, направленные на повышение качества бытовых услуг населению, в муниципальных образованиях действуют структурные подразделения по защите прав потребителей, однако количество жалоб на качество бытовых услуг существенно меньше, чем количество жалоб на качество товаров и жилищно-коммунальных услуг. работают телефоны «горячей линии», общественные приемные, средства массовой информации публикуют материалы о защите прав потребителей услуг, разработаны критерии категоричности предприятий бытового обслуживания.

2. Методы и инструменты контроля качества на предприятиях бытовых услуг

2.1. Анализ методов оценки качества бытовых услуг

До настоящего времени не выработано объективных методов оценки качества бытовых услуг. Практически все методы основаны на субъективных факторах, связанных с ожиданиями потребителя и его фактическими впечатлениями, удовлетворенностью от получения услуги. Расхождение между желаемой и фактической оценкой услуги и является оценкой ее качества потребителем [399, 436].

Оценка качества услуги ее производителем производится на основе оценки ее соответствия ряду критериев, установленных законодательно либо на основе корпоративных стандартов [53, 413, 432].

Управление качеством услуг начинается с планирования соответствующих мероприятий. Планирование качества услуг для определенного периода деятельности или на некоторую определенную дату в общем виде означает обоснование количественных и качественных показателей, определяющих их характеристики [163, 352, 391, 415]. Следовательно, планирование мероприятий по контролю качества услуг и его повышению должно базироваться на обоснованных прогнозах нужд потребителей, детализированных по их предпочтениям и ожиданиям относительно определенной бытовой услуги [259, 411, 427].

После того, как разработаны планы, устанавливающие задания по объемам, ассортименту и качеству услуг, реализуются процессы организации, мотивации, регулирования и координации, которые обеспечивают возможность [54, 162, 254, 274]:

- своевременной и эффективной реализации плановых мероприятий по обеспечению соответствия фактического качества услуг государственным, отраслевым и корпоративным стандартам;

- выбора форм стимулирования работников предприятий БОН к недопущению появления претензий потребителей;

- оперативной реакции служб, подразделений и специалистов на претензии потребителей к качеству полученной услуги.

Несоответствие фактических характеристик бытовой услуги ожиданиям потребителя может возникать вследствие действия технических, организационных, экономических и социальных факторов [82, 90]. Ниже приведена их краткая характеристика.

Технические факторы действуют при использовании устаревшего оборудования, некачественных сырья, материалов и комплектующих, нарушении технологического процесса, допущения отклонений от государственных, отраслевых и/или корпоративных стандартов [75, 293, 345].

Организационные факторы проявляются при использовании неэффективных методов организации производства и контроля качества услуг, низкой трудовой и производственной дисциплине персонала, игнорировании возможностей современных форм организации бизнеса, отсутствии системы менеджмента качества [43, 56, 193, 232].

Экономические факторы проявляются при нерациональной ценовой политике, неэффективной системе оплаты труда, низком качестве планово-учетной работы персонала предприятия БОН [122, 234, 254, 387, 407].

Социальные факторы обусловлены организационной культурой предприятия БОН, неэффективными методами подбора и адаптации персонала, неэффективной политикой планирования карьеры персонала [101, 119, 160, 294].

Предприятие БОН способно оказывать качественные услуги в том случае, если в нем разработана и реализуется система менеджмента качества. Данная система позволяет отслеживать характеристики качества оказанных услуг, включая оценку процессов обслуживания клиентов и оценку непосредственного качества услуг [44, 98, 245, 340]. Для этого используется некоторая система показателей, включающая такие, как количество и сущность жалоб на качество бытовой услуги и претензий по поводу нарушения прав потребителей в процессе и/или в результате оказания ему услуги [73, 78, 194, 419]. Система менеджмента качества, кроме этого, предполагает также существование регламента удовлетворения обоснованных претензий потребителей [64, 190, 322].

«И.В. Рудакова обобщила теоретические представления о системе менеджмента качества, предполагающего систематический анализ требований потребителей, определение процессов, способствующих постоянному улучшению качества предоставления услуг предприятиями бытового обслуживания населения (БОН) и, как следствие, — повышение удовлетворенности потребителей» [189, 320, 321] . Система факторов, формирующих качество бытовых услуг, с уточнениями и дополнениями автора представлена на рисунке 2.1.1.

Требования к качеству определяются системой требований в соответствии с системой стандартов на уровне государства, отрасли и корпораций [213, 423].



Рисунок 2.1.1 - Факторы, формирующие качество предоставления бытовых услуг (составлено автором на основании [321] [338]).

«Требования, предъявляемые к услугам, связаны с характеристиками, непосредственно воспринимаемыми пользователем и являющимися объектами его оценки. Требования, предъявляемые к способам предоставления, связаны с характеристиками, непосредственно затрагивающими качество услуг, но не всегда воспринимаемыми пользователями» [62, 319, 321, 380].

«К характеристикам, связанным с требованиями к услуге, относятся следующие: время ожидания и предоставления бытовой услуги, точность срока выполнения услуги, полнота услуги, степень доверия, простота доступа, безопасность, быстрота реагирования, вежливость, удобство, эстетичность, обстановка и гигиена, производительность предприятия

обслуживания, численность персонала и продолжительность отдельных процессов» [319, 321, 322, 392, 426].

«Ориентация предприятия бытового обслуживания на клиента является значительным конкурентным преимуществом в жесткой рыночной конкурентной борьбе среди подобных предприятий при наличии корпоративных стандартов обслуживания, которые обеспечат всем клиентам компании одинаково высокий уровень обслуживания» [70, 195, 319].

Основные подходы к управлению качеством бытовых услуг представлены на рисунке 2.1.2.

«Маркетинговый подход к оценке качества предоставления бытовых услуг включает в себя: метод диаграммного проектирования, метод точек соприкосновения, метод потребительского сценария, метод реинжиниринга, метод «Mystery Shopping» [47, 123, 296, 319].

«Метод диаграммного проектирования, предложенный Линн Шостаком, представляет собой схематичное представление всех этапов процесса оказания бытовой услуги с учетом разделения их на видимую и невидимую зону для клиента. Посредством использования метода blue-printing анализируются, контролируются и корректируются отдельные задачи оказываемой бытовой услуги» [319].

«Метод точек соприкосновения заключается в следующем: процесс взаимодействия персонала предприятия с потребителями в момент предоставления услуги называют «точкой соприкосновения». Именно этот момент считается контролируемым, и поэтому существует возможность моделирования процесса предоставления услуги и, соответственно, его контроля» [319, 321, 379].

«Метод потребительского сценария основан на том, что, кроме менеджера и маркетолога, принимать участие в процессе проектирования

могут и потребители услуг» [319].

«Метод реинжиниринга по своей сути похож на метод диаграммного проектирования. Однако различие состоит в том, что анализом, контролем и корректировкой процесса предоставления бытовой услуги занимаются все отделы предприятия» [112, 117, 171, 275, 319].

«Метод «Mystery Shopping», что в переводе с английского означает «таинственная покупка», получил широкое применение в США в 1970-х гг. Цель данного метода заключается в оценке качества предоставления бытовых услуг. Его суть состоит в том, что представители фирмы под видом покупателя посещают торговые залы и салоны, а затем приобретают «услуги». Достоинством рассмотренного метода является неожиданность контроля, секретность, прямое наблюдение» [96, 205, 319, 406, 422, 434].

«Логистический подход к оценке качества предоставления бытовых услуг в данной статье представлен двумя методами: методом «Точно в срок» и методом «Всеобщего управления качеством». Главным в методах логистического подхода является качественно оказанная услуга в минимальный срок. Неотъемлемым процессом жизненного цикла услуги в системе менеджмента качества являются закупки» [319–321, 333, 341].

«От качества исходных материалов, декоративных изделий и т. д. во многом зависит качество конечной услуги» [118, 319].

Как отмечалось в п. 1.1 диссертации, многообразие форм и направлений оказания бытовых услуг объективно обуславливает многообразие методик и моделей оценки их качества. Однако значительная часть работ в этой области основана на исследовании соответствия ожиданий потребителя его оценке характеристик фактически полученной услуги. Такого рода оценки и модели эффективно используются при оценке качества услуг, характеристики которых относительно слабо связаны с материально-вещественной составляющей.

Наибольшую известность среди теоретиков и практиков получили такие модели, как анализ зоны толерантности, модели GAP, и SERVQUAL. Ниже приведен обзор наиболее распространенных моделей управления качеством услуг, выполненный автором по материалам [97, 102, 145, 158, 169, 222, 242, 320, 321, 359, 381, 383, 385]

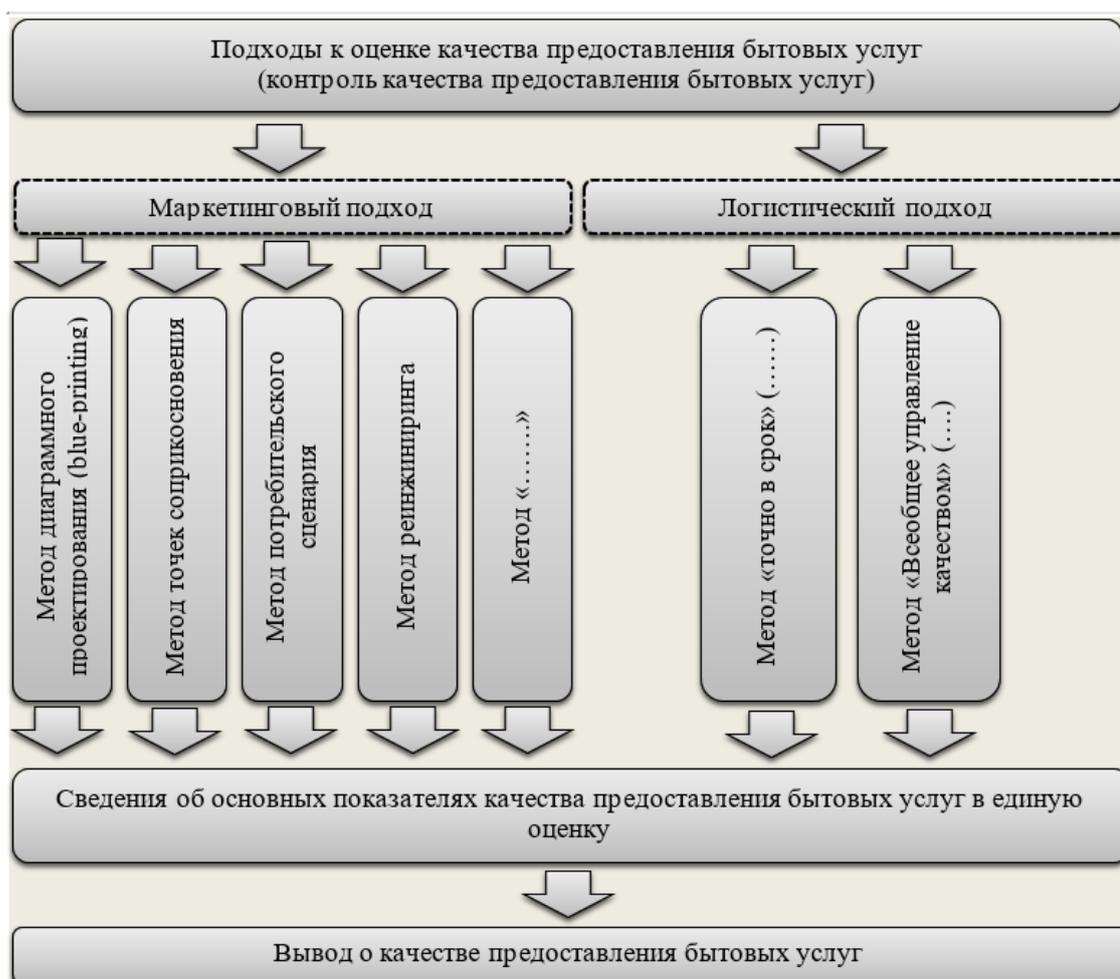


Рисунок 2.1.2 - Подходы к оценке качества предоставления бытовых услуг (составлено автором на основе [47, 123, 296, 319, 321, 379])

Модель Gap, успешно используемая для анализа качества многих видов услуг (туристских, здравоохранения, консалтинговых и др.), хорошо себя зарекомендовала и при управлении качеством бытовых услуг. Данная модель была предложена группой американских ученых (А. Парашураман, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри) [57]. Она основана на выявлении и оценке

разрывов (несоответствий) между ожиданиями и восприятиями в процессе предоставления услуги. Ее ценность для управления качеством бытовых услуг заключается в четком выделении причин возникновения указанных несоответствий.

Возможны следующие варианты соотношения между ожиданиями и восприятием, определяющие возникновение разрывов и характеристику качества услуги [124]:

- ожидание превышает восприятие: разрыв имеется, услуга некачественная;
- ожидание соответствует восприятию: разрыв отсутствует, услуга качественная;
- восприятие превышает ожидание: разрыв отсутствует, услуга качественная.

На рисунке 2.1.3 представлена модель GAP как иерархия разрывов различного рода. Она основана на четкой причинно-следственной связи между разрывами, что создает потенциальную возможность настройки методологически корректной системы менеджмента качества предприятия БОН [134, 266]. Первый разрыв (GAP 1) наблюдается в том случае, если предприятие БОН нечетко определило свою целевую аудиторию и поэтому не владеет точными представлениями об ожиданиях своего потребителя. Разрывы первого рода характерны для предпринимателей, не имеющих опыта работы на рынке бытовых услуг и игнорирующих необходимость ориентироваться на ожидания конкретных потребителей [159].

Данный тип разрывов характерен для российского рынка бытовых услуг, участники которого, как правило, воспринимают претензии потребителей как капризы, проявления дурного характера.

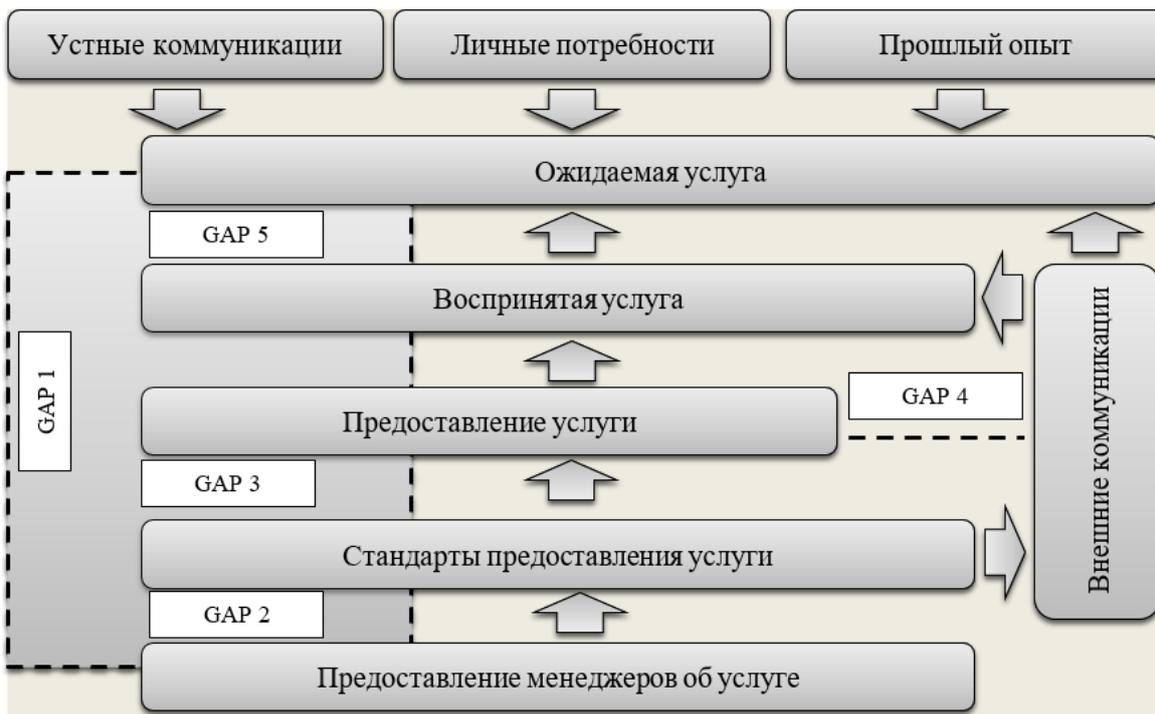


Рисунок 2.1.3 - Иерархия разрывов в модели GAP

Разрыв GAP 1 провоцирует возникновение разрыва GAP 2.

Разрыв второго рода GAP 2 возникает в случае, если корпоративные стандарты предоставления бытовой услуги не основываются на ожиданиях потребителей. Этот разрыв нечасто встречается на предприятиях бытовых услуг, поскольку высокий уровень конкуренции привел к неизбежной стандартизации ожиданий потребителей и предложения производителей бытовых услуг. Причинами возникновения разрыва GAP 2 являются некомпетентность руководства, отсутствие проработанной политики в области качества бытовых услуг [124].

Если же стандарты разработаны достаточно детально, но в действительности не соблюдаются или допускаются отклонения от них, то возникает разрыв третьего рода GAP 3, возникновение которого инициируется разрывом второго рода GAP 2. Основные причины возникновения сводятся к следующим:

- неудовлетворительная работа мастеров, бригадиров, начальников участков;
- неточности при оформлении заказа на услугу либо при передаче его в производство;
- отсутствие либо неудовлетворительная работа систем координации и регулирования.

Данный тип разрывов достаточно часто наблюдается в бытовом обслуживании населения, и это, по мнению специалистов, обусловлено развалом системы начального профессионального образования, которое обеспечивало подготовку кадров для предприятий БОН.

Разрыв четвертого рода GAP 4 возникает в случае ошибок при формировании имиджа организации, приводящих к завышенным ожиданиям клиентов. Основными причинами такого разрыва являются:

- слабые внутриорганизационные коммуникации между менеджерами, ответственными за продвижение услуг предприятия БОН, и производственным персоналом;
- использование недобросовестной рекламы.

Разрыв GAP 4 возникает независимо от разрывов первого-третьего рода.

Разрыв GAP 5 возникает как итог формирования неудовлетворительного качества бытовой услуги при сравнении ее фактических характеристик с его ожиданиями.

По мнению автора диссертации, возникновение разрывов обусловлено рассогласованностью интересов основных групп участников процесса оказания бытовой услуги (разрывы GAP 1 - GAP 4) и интересов основных групп участников процесса бытовой услуги и потребителя (разрыв GAP 5).

Весьма широко распространена среди ученых, занимающихся моделированием процессов управления качеством услуг, а также среди

специалистов-практиков модель SERVQUAL, также предложенная А. Парасураман, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри [57]. Данная методика предполагает оценку качества услуги по двадцати двум характеристикам, сгруппированным по пяти главным критериям (таблица 2.1.1): осязаемости, надежности, отзывчивости, убежденности и эмпатии (сочувствия).

Таблица 2.1.1 – Критерии качества услуги [103, 114, 174]

№	Критерии качества услуг	Краткое описание измерения
1	Осязаемость (материальность)	Восприятие помещений, оборудования, внешнего вида персонала и других физических свидетельств услуги
2	Надежность	Способность выполнить обещанные услуги точно в срок и основательно
3	Отзывчивость	Быстрое обслуживание и искреннее желание руководства и персонала фирмы помочь потребителю
4	Убежденность	Компетентность, ответственность и уверенность обслуживающего персонала фирмы
5	Сочувствие	Доступность (физический и психологический контакт с сотрудниками должен быть легким и приятным), коммуникативность (фирма информирует потребителей об услугах на понятном им языке, понимание (стремление лучше понять специфические потребности клиента и приспособиться к ним)

«Респондентам предлагается заполнить анкету, состоящую из трех частей. В первой части по пятибалльной шкале Лайкерта они должны оценить свои ожидания относительно критериев качества услуги. Во второй части анкеты аналогично оцениваются потребительские восприятия качества. В третьей части анкеты фиксируются их мнения относительно важности использованных критериев качества. Если полученные коэффициенты качества близки к нулю, то результат считается удовлетворительным; их положительные значения свидетельствуют о том, что фактическое качество услуги оказалось выше ожидаемого» [147].

«Анализ зоны толерантности основан на дополнении анкет вышеописанного метода третьей, в которой определяется минимально допустимое для потребителя качество услуги. Зона толерантности определяется как интервал между оценками ожидаемого и минимально допустимого качества услуги. Величина интервала по каждому критерию качества определяется как разность значений ответствующих оценок ожидаемой и приемлемо допустимой» [147, 177].

«Коллектив авторов под руководством Л.И.Ерохиной приводит примеры методик оценки качества услуг, разработанных отечественными учеными. Например, методика количественной оценки процесса обслуживания Г.И.Хотинской и Т.В.Харитоновой основывается на выделении факторов, влияющих на организацию процесса обслуживания на предприятии, таких, как срочность обслуживания (соблюдение установленных сроков выполнения заказов), формы обслуживания потребителей (прогрессивность форм обслуживания, комплексность обслуживания, внедрение новых видов услуг), культура обслуживания (оценка режима работы предприятия, этика и эстетика обслуживания и т.п.)» [146, 147, 362].

«Методика оценки процесса обслуживания О.А.Семина, В.А.Сайдышевой, В.В.Панюковой основана на расчете обобщенного показателя культуры сервиса» [147, 329]:

$$K = a1 * K1 + a2 * K2 + a3 * K3 + a4 * K4,$$

«где K – обобщенный коэффициент уровня культуры сервиса в баллах;
 $a1, a2, a3, a4$ – коэффициенты значимости соответствующих показателей разных аспектов культуры сервиса;

$K1$ – показатель психологического аспекта (состояние деловой атмосферы);

K_2 – показатель этического аспекта (уровень профессиональной этики и этикета);

K_3 – показатель эстетического аспекта;

K_4 – показатель организационно-технологического аспекта культуры.

Для расчета обобщенного показателя экспертная комиссия оценивает каждый выделенный аспект культуры сервиса по пятибалльной шкале» [147].

Как следует из приведенного описания методики, ее авторы отождествляют понятия «качество обслуживания» и «качества услуги», что представляется неверным. Кроме того, следует отметить, что такая методика определения качества услуги использовалась еще в 80-х годах XX века. Так, например, Л.А.Сучкова и А.Б.Ладон в 1983 году опубликовали работу [346], в которой предложили использовать обобщенный показатель качества бытового обслуживания населения следующим образом:

$$K_{бо} = a_1 K_y + a_2 K_0,$$

где a_1, a_2 – весомость показателей, определяемых методом экспертного опроса,

K_y – показатель качества исполнения услуги;

K_0 – комплексный показатель качества обслуживания.

$$K_y = K_1 P_1 + K_2 P_2 + K_3 P_3,$$

«где K_1 – удельный вес заказов, сданных заказчику с первого предъявления;

K_2 – коэффициент качества исполнения заказов;

K_3 – удельный вес рекламаций на качество исполнения заказов;

P_1, P_2, P_3 – весомость показателей K_1 - K_3 , определяемая методом экспертного опроса» [137].

«Комплексный показатель качества обслуживания K_0 рассчитывается как сумма показателей K_i и P_i , где K_i – сумма единичных показателей

качества обслуживания (удельный вес новых видов услуг и форм обслуживания, удельный вес услуг, выполненных в срок, удельный вес прогрессивных форм обслуживания, коэффициент сменности работы оборудования, коэффициент сменности работы приемной сети предприятия, коэффициент ассортимента услуг; удельный вес одобрительных оценок заказчиков за сроки исполнения и культуру обслуживания, удельный вес объема реализации бытовых услуг в ателье высшего разряда, удельный вес рабочих на самоконтроле и имеющих звание «Мастер-золотые руки»); $P1, P2, P3$ – весомость перечисленных показателей, определяемая методом экспертного опроса» [137].

«Американские исследователи Л.Л. Берри, А.Парасурман, В.А.Зейтмаль, исследуя проблемы управления качеством услуг, сконцентрировали свое внимание на следующих основных вопросах [57]:

- в чем состоит качество услуги?
- как можно измерить качество услуги?
- какова природа ожиданий потребителей относительно услуг?
- каковы основные причины провалов в оказании услуг?
- какие шаги стоит предпринять организациям для повышения уровня сервиса?» [57]

«Организации необходимо непрерывно оценивать свое положение для получения своевременной релевантной информации, которую менеджмент сможет использовать при принятии решений. Очевидно, что для непрерывного мониторинга разового исследования отнюдь не достаточно: необходимо создание полноценной системы сбора, обработки и хранения полученной информации» [57, 295, 350, 378, 429].

Таблица 2.1.2 иллюстрирует концепцию непрерывного изучения потребительского мнения, используя различные комбинации описанных инструментов [188].

Таблица 2.1.2 - Информационная система качества обслуживания
(источники [96, 174, 188])

Тип наблюдения	Частота	Цели
Рассмотрение жалоб клиентов	Постоянно	Выделение недовольных клиентов с целью реабилитации; выделение наиболее часто встречающихся ошибок обслуживания
Послепродажные исследования	Постоянно	Установление обратной связи с покупателями по «горячим следам»; возможность немедленно исправить положение
Проведение фокус-групп	Ежемесячно	Оценка работы отдельных сотрудников, использование полученной информации в проведении тренингов, повышении квалификации или вознаграждении сотрудника
«Тайный покупатель»	Ежеквартально	Оценка сильных и слабых сторон текущего процесса взаимодействия «продавец-покупатель»
Оценка персонала	Ежеквартально	Измерение внутреннего качества услуг; выявление препятствий повышению качества; оценка качеств и мотивации сотрудников
Оценка общерыночного уровня качества	3 раза в год	Оценка положения компании относительно конкурентов, выявление приоритетных направлений работы с качеством; отслеживание временных изменений уровня качества

Исследования Л.Л. Бери, А.Парасурмана, В.А.Зейтмаля [57] позволили им выявить пять агрегированных критериев, основываясь на которых, клиенты судят о качестве получаемых услуг. Выделенные параметры являются достаточно общими и призваны очертить базовую схему формирования ожиданий потребителя (таблица 2.1.3).

Таблица 2.1.3 – Характеристика ожиданий потребителей [96, 212]

Характеристика ожиданий	Доля в оценке качества (в % от общего количества опрошенных)
1. Надежность: способность выполнять обещанный набор услуг, возможность положиться на компанию	32
2. Отзывчивость: готовность сотрудничать с покупателем, быстрота решения возникающих проблем	22
3. Взаимопонимание: знания и умения сотрудников, направленные на установление взаимного доверия и понимания с покупателем	19
4. Индивидуальный подход: подход к каждому покупателю на основе его личных потребностей	16
5. Осязаемость: физическое окружение процесса оказания услуги, выражающееся в техническом оснащении фирмы, персонале и информационных материалах.	11

«Из пяти выделенных критериев «Надежность» - самый важный. В каждом из 13 проведенных обследований потребители ставили его во главу угла в оценке качества полученных услуг. При опросе, проведенном среди более чем 1900 клиентов пяти известных крупных компаний США, было подсчитано, что доля этого параметра в оценке качества обслуживания составляет в среднем 32%. «Таким образом, надежность - ключевой фактор качества обслуживания. Если на фирму нельзя положиться, то мало что сможет привлечь клиента. Если фирма постоянно допускает ошибки в работе, не выполняет данных обещаний, то потребитель скоро разуверится в ее способности работать четко и стабильно. Доброжелательность контактного персонала и искренние извинения не в состоянии изменить ход дел. Несмотря на то, что, получив извинения, большинство клиентов сочувственно отнесутся к фирме, попавшей в затруднительную ситуацию, это все же не вытеснит неприятный осадок разочарования. Если потребитель столкнется с серией отказов, то он откажется от услуг фирмы, как бы приятно ему ни было с ней общаться, и сколь бы искренними ни были извинения» [57].

Опрос клиентов сервисных фирм Америки показал, что критерии качества у потребителей меняются в зависимости от профиля их деятельности, с одной стороны, а с другой - они ожидают фактов, а не фантазий; исполнения, а не пустых обещаний. Ожидания качества у клиентов разумны и не чрезмерны. «Это подтверждают комментарии участников фокус-групп: Клиенты авторемонтной мастерской: компетентность («Установи причину с первого раза»), объяснение («Объясни, почему необходим данный ремонт, приведи четкие аргументы»), уважение («Не обращай со мной, как с бессловесной тварью»). Постояльцы отелей: санитарное состояние (не стоит класть длинноворсовый ковер, который невозможно отчистить, с микробами там можно буквально за руку здороваться); безопасность (Надежный замок и чистый глазок); гостеприимность, дружелюбие (Порой тебя осматривают настолько придирчиво, словно решают, давать тебе комнату или нет); надежность (Они сказали, что комната будет готова, но в результате я оказался без комнаты)» [57].

«Нарушенные права потребителей прежде всего защищают суды. Судебная система в США хорошо отлажена. По американским законам прокуратуры обладают большими правами: они могут за нарушение прав потребителей заморозить счета фирмы, оштрафовать ее. В Орегоне штраф - до 25 тыс. долларов, в Айове - до 40 тыс. долларов, но если потерпевшему более 65 лет, то штраф может вырасти до 100 тыс. долларов. В тех случаях, когда нарушения носят массовый характер, прокуратура предлагает фирме вернуть незаконно полученные деньги в специальный фонд для компенсации ущерба потребителям, чьи права были нарушены» [68].

«Прокуратура обязана действовать через суды, но широко распространена практика досудебных соглашений. То есть ответчик и истец принимают компромиссное решение, которое утверждается судом. Если же

ответчик нарушает утвержденное судом соглашение, то ему грозит тюремное заключение. Контроль за потребительским рынком продовольственных товаров (кроме мяса и птицы), лекарств и косметики осуществляет министерство здравоохранения и социально-общественных услуг. Наряду с выполнением надзорных функций оно издает журнал для потребителей «FDA Consumer», выпускает множество брошюр, буклетов» [57].

2.2 Использование контрольных карт для управления качеством бытовых услуг

«Методика SERVQUAL часто используется как основа для разработки других методик оценки качества услуг (например, SERVPERF, предложенной Кронином и Тэйлором [418], методики, предложенной Ли, методики Аквирана)» [247].

«Кроме названных методики распространение получила методика расчета индекса удовлетворенности потребителей (Customer Satisfaction Index — CSI), разработанная специалистами Стокгольмской школы экономики. Этот индекс, рассчитываемый на основе метода личных интервью и используемый в качестве одного из параметров долгосрочного прогноза прибыльности и рыночной ценности компаний, отраслей и экономики в целом, позволяет выявлять причины и факторы удовлетворенности потребителей и их лояльности [252]. Методика расчета CSI основана на проведении опросов потребителей в разбивке по отраслям экономики с выделением основных лидеров в изучаемой отрасли» [247].

Однако указанные методики, основанные на опросе клиентов сервисных организаций, не дают возможности установить прямое влияние качества услуг на эффективность деятельности сервисной организации. Для

устранения этого недостатка предлагается использовать метод контрольных карт и учитывать следующие виды затрат [125]:

- затраты на предотвращение несоответствия качеству – затраты на то, чтобы оказываемые услуги соответствовали принятым в организации стандартам качества;

- затраты на оценку качества – затраты на то, чтобы удостовериться в том, что услуги соответствуют установленным стандартам качества;

- затраты при внутреннем обнаружении несоответствия качеству – затраты, возникающие в сервисной организации при выявлении обстоятельств, препятствующих оказанию услуг надлежащего качества;

- затраты при внешнем обнаружении несоответствия качеству – затраты, возникающие вследствие жалоб клиентов, которым оказаны некачественные услуги.

Качество услуги формируется в результате выполнения определенных этапов технологического процесса. Для контроля его соблюдения являются контрольные карты [34, 244, 386], разработанные У. Шухартом еще в двадцатых годах XX века и применяемые для сферы материального производства.

Автором диссертации выдвинута гипотеза о принципиальной возможности использования данного метода, зарекомендовавшего свою эффективность в течение длительного времени, для сферы услуг на основе детерминант качества услуг в соответствии с методикой SERVQUAL. Контрольные карты позволяют выявить результаты, которые выходят за границы предельных значений параметров качества услуги. В контрольной карте представляются результаты исследования качества услуг в декартовой системе координат, где параллельно оси ординат выделяются нижняя и нижняя предупреждающая границы регулирования, центральная линия, верхняя предупреждающая и верхняя границы регулирования [34].

При работе с контрольными картами для управления качеством бытовых услуг целесообразно придерживаться следующего алгоритма [34, 126]:

- через равные промежутки времени производится оценка качества услуг объемом n по интересующей субъекта управления характеристике в соответствии с методикой SERVQUAL; результат наносится на карту;

- если произошел выход за нижнюю и верхнюю границы регулирования, то необходимо приостановить оказание услуги;

- если полученная оценка качества находится между предупреждающими границами, то качество услуги удовлетворительное, управление качеством осуществляется эффективно;

- если полученная оценка качества находится между предупреждающей и границей регулирования, необходимо повторить оценку и, если полученная оценка выходит за предупреждающие границы, следует приостановить оказание услуги;

- процессы формирования качества контролируются неудовлетворительно, если не менее восьми последовательных точек расположены по одну сторону от центральной линии и не менее восьми последовательных точек образуют последовательность, направленную либо вверх, либо вниз.

Статистические методы контроля качества [71] позволяют рассчитать параметры центральной линии, верхней и нижней предупреждающей границ. Если технологический процесс оказания услуги подчиняется нормальному распределению $N(a, \sigma)$ с математическим ожиданием a и стандартным отклонением σ , производится выборка объемом n . Тогда для описания границ используются следующие функции:

- центральная линия: $y=a$;

- предупреждающие (верхняя и нижняя) границы: $y= a\pm\sigma/\sqrt{n}$;

- границы регулирования (верхняя и нижняя): $y = a \pm 3\sigma/\sqrt{n}$.

Часто менеджеров интересует не конкретный количественный параметр, а наличие или отсутствие жалоб на определенные характеристики услуги: надежность, отзывчивость, убедительность, сочувствие, осязаемость. В этом случае используют контрольные карты качественных признаков, которые бывают двух типов p -карты (используется удельный вес услуг, по которым поступили жалобы клиентов) и c -карты (используется количество услуг, по которым поступили жалобы, в выборке).

Если данные состоят из двух категорий (можно определить какое количество оказанных услуг удовлетворительного и неудовлетворительного для клиента качества), то применяются p -карты. Если же можно определить только количество услуг ненадлежащего качества (например, известно количество жалоб клиентов), то используются c -карты. Следовательно, для сферы бытовых услуг применимы p -карты, поскольку, как правило, регистрируются жалобы на неудовлетворительное качество.

При использовании p -карт используются два метода аппроксимации – с нормальным распределением и распределением Пуассона. При аппроксимации нормальным распределением производится выборка объемом n . Далее оценивается доля услуг ненадлежащего качества в генеральной совокупности p , определяемая как отношение количества услуг ненадлежащего качества во всех выборках к общему количеству обследованных услуг, $q = 1 - p$. Нормальное распределение используется, если:

$$n \geq 30, np \geq 5, nq \geq 5.$$

Для описания границ используются следующие функции:

- центральная линия: $y = p$;

-предупреждающие границы: $y = p \pm 2\sqrt{pq/n}$;

границы регулирования: $y = p \pm 3\sqrt{pq/n}$.

Если нижняя граница регулирования при использовании нормального распределения имеет отрицательное значение, то вычисления производятся заново с использованием распределения Пуассона, которое используется также в случае, если:

$$n \leq 30, np \leq 5, nq \leq 5.$$

Клиенты, оценивая качество услуг, могут предъявлять претензии более чем на одну ее характеристику. Для контроля количества претензий на одну услугу можно использовать *c*-карты. При этом используется показатель среднего числа претензий к одной услуге, рассчитываемый как отношение общего числа претензий к количеству обследованных услуг (опрошенных клиентов).

Получение информации для составления контрольных карт может осуществляться стандартными методами [244], широко распространенными в сфере бытовых услуг. Методов контроля качества (измерения удовлетворенности потребителей) не так уж много. По существу, их всего два - опрос и наблюдение, основными разновидностями которых являются:

- опрос по телефону (после оказания услуги или покупки товара);
- письменный опрос (анкетирование, жалобная книга);
- таинственный покупатель (скрытое наблюдение);
- аудио и видеонаблюдение;
- устный опрос клиентов.

Для получения статистически достоверных контрольных карт качества услуг руководство предприятием БОН должно организовать систематическое наблюдение за качеством услуг, например, проведение постоянного анкетирования.

В соответствии с ГОСТ Р 52113-2014 «Услуги населению номенклатура показателей качества» [21] к показателям качества

предприятия сферы услуг, характеризующим его основные возможности по предоставлению услуги, относят в частности, материально-техническую базу предприятия, санитарно-гигиенические и эргономические условия обслуживания потребителей, этику общения и возможность получения дополнительных услуг, среднее время ожидания или обслуживания клиента, среднее число обслуженных потребителей в единицу времени, а также наличие в правилах обслуживания определенных приоритетных категорий потребителей (дети, инвалиды, престарелые и др.). Специфические показатели характеризуют свойства данной группы (вида) услуг. Показатели безопасности характеризуют безопасность результата и процесса предоставления услуг для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды. Эта группа показателей делится на три подгруппы: показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан, показатели безопасности для окружающей среды, показатели сохранности имущества и информации.

На основании изложенного целесообразно предложить следующий подход к оценке качества бытовых услуг населению.

1. Заключение договора между администрацией муниципального образования и консалтинговой организацией на предмет оценки качества бытовых услуг населению на территории муниципального образования.
2. Формирование выборки организаций бытового обслуживания для проведения опроса.
3. Проведения опроса детерминантам инструмента SERVQUAL.
4. Проведение контрольных карт по каждому из критериев методики SERVQUAL
5. Расчет границ регулирования.
6. Интерпретация результатов и подготовка рекомендаций:

- если оценка качества находится в интервале между предупреждающими границами, то контроль качества следует осуществлять в режиме мониторинга;
- если оценка качества выходит на предупреждающие границы, то необходимо вынести представление о ненадлежащем качестве услуг и довести его до саморегулируемой организации и соответствующих организаций бытового обслуживания.

Автором диссертации в 2017-2018 г.г. был проведен опрос 120 клиентов парикмахерских и салонов красоты, автосервисов и прачечных. Целью опроса было выяснение возможностей получения моральной и материальной компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги. Результаты опроса приведены в таблицах 2.2.1 – 2.2.6.

По результатам обследования были построены контрольные карты по каждому из критериев методики SERVQUAL и определены границы регулирования. Их расчетное обоснование для группы «Парикмахерские (салоны красоты)» приведены ниже.

1. Детерминанта инструмента SERVQUAL: осязаемость (объективные характеристики элементов физического окружения при предоставлении услуги — помещения, оборудования, внешнего вида персонала)

Коэффициент качества услуг равен 0,983, соответственно, доля жалоб равна $p = 0,017$. Объем выборки $n = 56$.

Определение границ:

$$n = 805 \geq 30,$$

следовательно:

$$np = 805 * 0,017 = 13,685 \geq 5,$$

$$q = 1 - p = 0,983,$$

$$nq = 805 * 0,983 = 791,3 \geq 5/$$

Все условия выполнены, допускается использование нормального распределения.

Центральная линия контрольной карты: $p = 0,017$.

Предупреждающие границы:

$$p \pm 2\sqrt{pq/n} = 0,017 \pm 2\sqrt{0,017*0,983/805},$$

таким образом, предупреждающие границы определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,007, а верхняя граница 0,027

Таблица 2.2.1 - Характеристика возможностей получения компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги -Детерминанта инструмента SERVQUAL: осязаемость (объективные характеристики элементов физического окружения при предоставлении услуги — помещения, оборудования, внешнего вида персонала) (составлено автором на основе [200, 225, 252, 297])

Предприятие БОН	Количество респондентов	Характеристики компенсаций								Жалобы, оставленные без внимания	
		Количество посещений за год			Получено компенсаций						
		Всего	Количество жалоб на качество услуги	Коэффициент качества услуг (1-стр.3/	Моральная (извинение)	Материальная				Всего, шт.	В % к общему количеству
						Возмещена стоимость услуги		Возмещена стоимость услуги и моральный ущерб			
					Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке			
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Парикмахерские (салоны красоты)	56	805	14	0,983	-	-	-	-	-	14	100,0
2.Автосервис	37	146	67	0,541	3	-	-	-	-	64	95,5
3.Прачечные-химчистки	27	213	23	0,892	2	6	-	-	-	15	65,2
Итого	120	1164	104	0,911	5					93	89,4

Таблица 2.2.2 - Характеристика возможностей получения компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги -Детерминанта инструмента SERVQUAL: надежность (способность предоставлять обещанную услуг аккуратно и в срок) (составлено автором на основе [200, 225, 252, 297])

Предприятие БОН	Количество респондентов	Характеристики компенсаций								Жалобы, оставленные без внимания	
		Количество посещений за год		Получено компенсаций							
		Всего	Количество жалоб на качество услуги	Коэффициент качества услуг (1-стр.3/стр.2)	Моральная (извинение)	Материальная					
						Возмещена стоимость услуги		Возмещена стоимость услуги и моральный ущерб			
				Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Всего, шт.	В % к общему количеству		
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Парикмахерские (салоны красоты)	56	805	9	0,989	2	-	-	-	-	0	0
2.Автосервис	37	146	23	0,843	20	-	-	-	-	3	13,0
3.Прачечные-химчистки	27	213	57	0,268	54	-	-	-	-	3	5,3
Итого	120	1164	82	0,929	76	-	-	-	-	6	5,1

Таблица 2.2.3 - Характеристика возможностей получения компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги - Детерминанта инструмента SERVQUAL: отзывчивость (желание персонала помочь потребителям и предоставить услугу незамедлительно) (составлено автором на основе [200, 225, 252, 297])

Предприятие БОН	Количество респондентов	Характеристики компенсаций								Жалобы, оставленные без внимания	
		Количество посещений за год			Получено компенсаций						
		Всего	Количество жалоб на качество услуги	Коэффициент качества услуг (1-стр.3/стр.2)	Моральная (извинение)	Материальная					
						Возмещена стоимость услуги		Возмещена стоимость услуги и моральный ущерб			
				Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Всего, шт.	В % к общему количеству		
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Парикмахерские (салоны красоты)	56	805	276	0,656	8	-	-	-	-	268	97,1
2.Автосервис	37	146	105	0,289	12	-	-	-	-	93	88,6
3.Прачечные-химчистки	27	213	29	0,864	7	-	-	-	-	22	76,9
Итого	120	1164	410	0,648	27	-	-	-	-	383	93,4

Таблица 2.2.4 - Характеристика возможностей получения компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги - Детерминанта инструмента SERVQUAL: уверенность (компетентность, вежливость работников, их способность создавать атмосферу доверия и сохранения конфиденциальности) (составлено автором на основе [200, 225, 252, 297])

Предприятие БОН	Количество респондентов	Характеристики компенсаций								Жалобы, оставленные без внимания	
		Количество посещений за год			Получено компенсаций						
		Всего	Количество жалоб на качество услуги	Коэффициент качества услуг (1-стр.3/ стр.2)	Моральная (извинение)	Материальная					
						Возмещена стоимость услуги		Возмещена стоимость услуги и моральный ущерб			
				Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Всего, шт.	В % к общему количеству		
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Парикмахерские (салоны красоты)	56	805	216	0,732	42	26	-	-	-	148	68,5
2.Автосервис	37	146	84	0,425	4	13	4	-	-	63	75,0
3.Прачечные-химчистки	27	213	39	0,817	12	4	1	-	-	22	56,4
Итого	120	1164	339	0,709	58	43	5	-	-	233	20,0

Таблица 2.2.5 - Характеристика возможностей получения компенсации за некачественно оказанные бытовые услуги - Детерминанта инструмента SERVQUAL: эмпатия (забота, индивидуальное внимание к потребителям) (составлено автором на основе [200, 225, 252, 297])

Предприятие БОН	Количество респондентов	Характеристики компенсаций								Жалобы, оставленные без внимания	
		Количество посещений за год			Получено компенсаций						
		Всего	Количество жалоб на качество услуги	Коэффициент качества услуг (1-стр.3/стр.2)	Моральная (извинение)	Материальная					
						Возмещена стоимость услуги		Возмещена стоимость услуги и моральный ущерб			
				Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Администрацией предприятия БОН	В судебном порядке	Всего, шт.	В % к общему количеству		
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Парикмахерские (салоны красоты)	56	805	113	0,859	6	-	-	-	-	107	94,7
2.Автосервис	37	146	62	0,575	-	-	-	-	-	62	100,0
3.Прачечные-химчистки	27	213	12	0,943	-	-	-	-	-	12	100,0
Итого	120	1164	187	0,839	6	-	-	-	-	181	96,8

Границы регулирования:

$$p \pm 3\sqrt{pq/n} = 0,017 \pm 2\sqrt{0,017*0,983/805},$$

Таким образом, границы регулирования определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,002, а верхняя граница 0,032.

2. Детерминанта инструмента SERVQUAL: надежность (способность предоставлять обещанную услуг аккуратно и в срок)

Коэффициент качества услуг равен 0,997, соответственно, доля жалоб равна $p = 0,011$. Объем выборки $n = 805$.

Определение границ:

$$n = 805 \geq 30,$$

следовательно:

$$np = 805*0,011 = 8,9 \geq 5,$$

$$q = 1 - p = 0,989,$$

$$nq = 805*0,989 = 796,1 \geq 5$$

Все условия выполнены, допускается использование нормального распределения.

Центральная линия контрольной карты: $p = 0,011$.

Предупреждающие границы:

$$p \pm 2\sqrt{pq/n} = 0,011 \pm 2\sqrt{0,011*0,989/805},$$

таким образом, предупреждающие границы определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,005, а верхняя граница 0,017

Границы регулирования:

$$p \pm 3\sqrt{pq/n} = 0,011 \pm 3\sqrt{0,011*0,989/805},$$

Таким образом, границы регулирования определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,002, а верхняя граница 0,020.

3. Детерминанта инструмента SERVQUAL: отзывчивость (желание персонала помочь потребителям и предоставить услугу незамедлительно)

Коэффициент качества услуг равен 0,656 соответственно, доля жалоб равна $p = 0,344$. Объем выборки $n = 805$.

Определение границ:

$$n = 805 \geq 30,$$

следовательно:

$$np = 805 * 0,344 = 276,9 \geq 5,$$

$$q = 1 - p = 0,656,$$

$$nq = 805 * 0,656 = 528,1 \geq 5$$

Все условия выполнены, допускается использование нормального распределения.

Центральная линия контрольной карты: $p = 0,344$.

Предупреждающие границы:

$$p \pm 2\sqrt{pq/n} = 0,344 \pm 2\sqrt{0,344 * 0,656 / 805},$$

таким образом, предупреждающие границы определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,310, а верхняя граница 0,377

Границы регулирования:

$$p \pm 3\sqrt{pq/n} = 0,344 \pm 3\sqrt{0,344 * 0,656 / 805},$$

Таким образом, границы регулирования определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,294, а верхняя граница 0,394.

4. Детерминанта инструмента SERVQUAL: уверенность (компетентность, вежливость работников, их способность создавать атмосферу доверия и сохранения конфиденциальности)

Коэффициент качества услуг равен 0,732 соответственно, доля жалоб равна $p = 0,268$. Объем выборки $n = 805$.

Определение границ:

$$n = 805 \geq 30,$$

следовательно:

$$np = 805 * 0,268 = 215,7 \geq 5,$$

$$q = 1 - p = 0,732,$$

$$nq = 805 * 0,732 = 589,3 \geq 5$$

Все условия выполнены, допускается использование нормального распределения.

Центральная линия контрольной карты: $p = 0,268$.

Предупреждающие границы:

$$p \pm 2\sqrt{pq/n} = 0,268 \pm 2\sqrt{0,268 * 0,732 / 805},$$

таким образом, предупреждающие границы определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,236, а верхняя граница 0,300

Границы регулирования:

$$p \pm 3\sqrt{pq/n} = 0,268 \pm 3\sqrt{0,268 * 0,732 / 805},$$

Таким образом, границы регулирования определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,220, а верхняя граница 0,316.

5. Детерминанта инструмента SERVQUAL: эмпатия (забота, индивидуальное внимание к потребителям)

Коэффициент качества услуг равен 0,859 соответственно, доля жалоб равна $p = 0,141$. Объем выборки $n = 05$.

Определение границ:

$$n = 805 \geq 30,$$

следовательно:

$$np = 805 * 0,141 = 113,5 \geq 5,$$

$$q = 1 - p = 0,859,$$

$$nq = 805 * 0,859 = 691,5 \geq 5$$

Все условия выполнены, допускается использование нормального распределения.

Центральная линия контрольной карты: $p = 0,141$.

Предупреждающие границы:

$$p \pm 2\sqrt{pq/n} = 0,141 \pm 2\sqrt{0,141 * 0,859 / 805},$$

Таким образом, предупреждающие границы определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,117, а верхняя граница 0,165

Границы регулирования:

$$p \pm 3\sqrt{pq/n} = 0,141 \pm 2\sqrt{0,141*0,859/805},$$

Таким образом, границы регулирования определяются следующим образом: нижняя границы равна 0,105, а верхняя граница 0,177.

В таблице 2.2.6 приведены оценки границ контрольных карт для обследованных автором диссертации исследования парикмахерских (салонов красоты) по критериям методики SERVQUAL.

Таблица 2.2.6 – Оценки границ контрольных карт качества услуг предприятий БОН

Границы	Критерии качества бытовой услуги (по доле жалоб)				
	Осязаемость	Надежность	Отзывчивость	Уверенность	Эмпатия
Парикмахерские, салоны красоты					
Центральная линия	0,017	0,011	0,344	0,268	0,141
Нижняя предупреждающая граница	0,007	0,005	0,310	0,236	0,117
Верхняя предупреждающая граница	0,027	0,017	0,377	0,300	0,165
Нижняя граница регулирования	0,002	0,002	0,294	0,220	0,105
Верхняя граница регулирования	0,032	0,020	0,394	0,316	0,177

Представленные в таблице характеристики контрольной карты могут быть полезны для оперативного регулирования и контроля качества бытовых услуг. Следует подчеркнуть, что их использование возможно в том случае, если предприятие БОН осуществляет постоянный мониторинг качества услуг и оценку коэффициента качества [39]. Эта работа имеет

социальное значение, поскольку, в отличие от принятой в странах с развитой рыночной экономикой практики, россияне не склонны отстаивать свои интересы в суде при получении ими некачественных услуг.

С ноября 2011 г. в Санкт-Петербурге функционирует общественная организация потребителей «Диалог», оказывающая платные услуги по защите прав потребителей. Сайт общественной организации «Диалог» является прозрачным, доступным, имеет налаженную систему обратной связи. Ассортимент услуг и их стоимость корректируются с учетом социальной значимости данного вида услуг. (см. таблицу 2.2.7) [263].

Таблица 2.2.7 Ценовые характеристики услуг по защите прав потребителей

№ п/п	Услуга	Пояснения	Стоимость (начальник юр. отдела), руб.	Стоимость (юр. отдел), руб.
1.	Устная консультация по вопросам защиты прав потребителей в отношении товаров	За искл. пп. 3, 4 (не более 1 часа)	1 000	700
2.	Устная консультация по вопросам защиты прав потребителей в отношении работ, услуг	За искл. пп. 3, 4 (не более 1 часа)	1 500	1 000
3.	Устная консультация по вопросам защиты прав потребителей в отношении автомобилей, недвижимости, по вопросам, не регулируемым Законом о ЗПП	Продолжительность до 1,5 часа	1 800	1 000
4.	Очная устная консультация при подготовке (на этапе) к судебному разбирательству, на этапе исполнительного производства		1 800	1 200
5.	Письменная консультация по общим вопросам		3 500	1 500
6.	Составление текста писем, ответов на письма, претензий, жалоб, заявлений, актов	Кроме судопроизводства	1 500 – 2500	1 000 - 1 300

7.	Составление текста ходатайств, заявлений и иных документов для целей судопроизводства и исполнительного производства	За исключением пунктов 9, 10, 11	1 000 – 2500	800 - 1 500
8.	Составление текста искового заявления	С расчетом взыскиваемых сумм	3000 – 6000	2 000 - 4 000
9.	Составление текста частных, апелляционных, кассационных жалоб		3000 – 5000	2000 - 3000
10.	Составление текста надзорных жалоб		5000 – 10000	3000 - 6000
11.	Представление интересов потребителя (участие в переговорах) с целью досудебного урегулирования спора	В т.ч. во время проведения проверки качества и экспертизы	от 3600	
12.	Представление интересов потребителя (участие) в суде, включая подготовку необходимых документов, за весь процесс	Суд первой инстанции	25000 – 55000	
13.		Суд кассационной (апелляционной) инстанции	от 12000	
14.		Суд надзорной инстанции	от 12000	
15.	Представление интересов потребителя (участие) на этапе исполнительного производства		от 3600	
16.	Правовой анализ документов с последующими рекомендациями и выдачей заключения		от 4000	
17.	Ознакомление с материалами дела в суде с последующими рекомендациями		3000 – 4200	
18.	Предоставление выписок из законодательства	За один документ	100 – 150	

Анализ данных таблицы 2.2.7 позволяет прийти к заключению, что практическое отсутствие исков по взысканию материального и морального ущерба (что подтверждается данными таблиц 2.2.1 – 2.2.6), в числе прочих факторов обусловлено высокой стоимостью услуг юридического сопровождения исков. В самом деле, если цена некачественно оказанной

услуги составляет 1 тыс. руб., то потребителю экономически невыгодно обращаться за защитой своих прав, поскольку стоимость только первоначальной консультации юриста стоит столько же.

2.3. Организационно-правовые условия управления качеством бытовых услуг населению

В Федеральном законе «О защите прав потребителей» [2], принятом в 1992 году, «устанавливается, что качество должно быть установлено в официальном договоре между потребителем и исполнителем, и в этом договоре устанавливаются качественные характеристики услуги» [308]. Для исполнения указанного закона Правительством РФ было принято более 36 нормативных актов. Кроме того, в настоящее время в стране действует более 10 федеральных законов, регулирующих отношения с участием потребителей. Действие закона распространяется на различные сферы потребительского рынка: услуги ЖКХ, бытовые, транспортные, медицинские, образовательные, банковские и др. услуги. Закон является унифицированным нормативным актом, а утвержденные им права и обязанности должны быть реализованы во всех сферах деятельности, где одной из сторон договора является гражданин-потребитель.

Этапы формирования качества бытовых услуг прослежены в монографии Д.Г. Родионова и Т.В. Малеевой [312]. «Указанные авторы выделяют три жизненных стадии формирования качества услуги: задание нормы, метрологическую оценку нормы и подтверждение соответствия независимыми экспертами. Инструментами, представленными на рисунке 2.3.1, при таком подходе являются стандартизация, метрология и сертификация» [312].

«Стандартизация как инструмент качества направлена на обеспечение упорядочения требований, положений, методов контроля для всеобщего многократного использования. Она осуществляется при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по профилю бытовой услуги. Объектами стандартизации могут быть группы, подгруппы и виды услуг, а также методы и способы контроля и испытаний, терминология, квалификационные характеристики персонала» [298, 309, 312].



Рисунок 2.3.1 – Инструменты обеспечения качества услуг [38]

С 2003 года в Российской Федерации действует Федеральный закон «О техническом регулировании» [3], устанавливающий уровни стандартов: международный стандарт, национальный стандарт и стандарт организаций и компаний. «Закон устанавливает порядок разработки стандартов и определяет процедуру их утверждения. В качестве основной структуры по созданию стандартов Закон утверждает Технические комитеты по стандартизации. Так, успешно действует Технический комитет по стандартизации бытового обслуживания населения. Данный комитет создан в целях разработки международных, национальных и корпоративных

стандартов (стандартов организации). Его основными задачами является подготовка предложений по классификации и созданию общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации относительно бытовых услуг, а также создание технических регламентов, разработка процедур и методов подтверждения соответствия, создание систем менеджмента качества, документов по защите прав потребителей» [3].

Организационная структура и функции подразделений Технического комитета в сфере бытового обслуживания представлена на рисунке 2.3.2.



Рисунок 2.3.2 – Структура и функции Технического комитета в сфере бытового обслуживания (обобщено автором по материалам [по данным: [14]

Несмотря на значительное количество нормативно-правовых актов, регулирующих качество бытовых услуг в Российской Федерации, оно

вызывает множество нареканий. Вот одна из оценок экспертов: «Качество оказываемых в Москве бытовых услуг снизилось до критической отметки. Новые ключи не подходят, в мастерских по ремонту техники воруют «родные» детали. Похоже, владельцы «бытовых» точек нисколько не заботятся о своей деловой репутации. Эксперты давно предрекали такой поворот событий: его обеспечил развал системы профтехобразования. Эта ситуация была предсказуема еще десять лет назад, когда в городе стала разваливаться система начального профессионального образования» [339].

Следует признать, что в советский период развития органами власти и управления уделялось большое внимание развитию бытового обслуживания. За первоначальный период реформ (1990-2000 годы) управление этой сферой было децентрализовано и существенно ухудшилось. Изменения в организации управления предприятиями бытового обслуживания и организации контроля качества бытовых услуг прослежены Г.И Хотинской [366] характеризуя организацию управлению бытовым обслуживанием, она указывает, что до 1990-х годов бытовое обслуживание населения представляло собой развитую отрасль, включающую более двадцати пяти групп услуг и управляемую упраздненным в начале перестройки Министерством бытового обслуживания РСФСР. «Функции координации деятельностью предприятий бытовых услуг были переданы для исполнения ОАО «Росбытсоюз», которое, однако, не имело действенных рычагов управления по отношению к приватизированным предприятиям бытового обслуживания. В результате за десятилетие объемы бытовых услуг сократились в сопоставимых ценах более чем на 75%» [366, 367].

«После ликвидации Министерства бытового обслуживания населения, выступавшего ранее в роли головного центра по вопросам экономики, организации и управления на предприятиях отрасли, а также утраты

бюджетных источников финансирования научные, информационные и методические отраслевые центры либо распались, либо переориентировались на доходные виды деятельности. Развитая отраслевая инфраструктура оказалась подорванной. В обобщенном виде современное состояние инфраструктуры бытового обслуживания может быть охарактеризовано следующим образом» [367].

По мнению автора диссертации принципиальным недостатком в деятельности органов государственной власти и управления является снижение научно-практического интереса к проведению исследований посвященных проблемам организации и развития сферы быта, с учетом ее социальной значимости для населения.

В начале 2000-х годов в качестве Центра научных исследований в сфере сервиса о себе заявил «Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики» (СПбГУСЭ), возглавивший в 2010 году консорциум вузов Северо-Запада в области сервиса [367]. Однако в 2014 году СПбГУСЭ был реорганизован и включен в состав Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Научные исследования, применительно к сфере бытового обслуживания, были прекращены. К настоящему времени, головного высшего учебного заведения, занимающегося проблемами сервисных услуг населению в Северо-Западном регионе не представлено. В ведущих высших учебных заведениях экономического профиля Северо-Западного региона отсутствуют исследовательские институты и базовые кафедры, которые занимаются научно-практическими проблемами развития сферы быта. Аналогичная ситуация характерна и для профильных НИИ Российской Академии наук.

«Информационное обслуживание, осуществлявшееся ранее ГИВЦ, СКБ АСУ и ЦБНТИ, практически прекратилось. В малом объеме

информация координировалась в АО «Росбытсоюз», однако она распространяется, главным образом, по участникам акционерного общества» [367].

«Реклама, осуществлявшаяся ранее через Росбытрекламу, постоянно действовавший павильон на ВДНХ СССР, а также через собственный печатный орган — журнал «Бытовое обслуживание населения», стала осуществляться на общих основаниях в различных средствах массовой информации и в других формах. Специфика рекламы по видам услуг (например, реклама в ломбардах, ритуальных услугах) учитывалась самими хозяйствующими субъектами (в меру их возможностей) или их ассоциациями через свои печатные органы. И до настоящего времени рекламные кампании хозяйствующих субъектов, работающих на рынке бытовых услуг, оцениваются крайне низко, что объясняется ограниченными собственными возможностями (в т.ч. финансовыми) предприятий бытового обслуживания и недоступностью тарифов специализированных фирм на комплекс подобных услуг» [367].

«Полиграфическое обслуживание, осуществлявшееся ранее объединенной хозрасчетной типографией, в настоящее время реализуется на общих основаниях в различных издательских структурах. Отдельно следует выделить лишь АО «Росбытсоюз», реализующий с 1995 года утвержденную в Минфине России программу первичного учета и распространения в бытовом обслуживании бланков строгой отчетности» [367].

«Проектирование предприятий бытового обслуживания (головная организация Гипробытпром) было практически свернуто. В настоящее время проектирование и дизайн помещений предприятий и организаций сферы бытовых услуг осуществляются различными структурами на общих основаниях. Между тем, проектирование и дизайн, например, бани, салона-

парикмахерской и похоронного бюро весьма специфичны, достаточно жестко регламентируются ГОСТами. На практике же отраслевые ГОСТы учитываются далеко не всегда, что впоследствии приводит к серьезным претензиям к качеству оказываемых услуг» [5, 13, 18–20, 367].

«Наряду с отраслевой системой проектирования предприятий бытового обслуживания была практически полностью разрушена система проектирования по видам услуг» [367].

«Развитая система строительства и монтажа, существовавшая ранее в рамках отраслевых трестов Мостелемонтаж и Росбытмонтажналадка, также полностью распалась» [367].

«Система отраслевого материально-технического снабжения, осуществлявшаяся ранее через Республиканское производственно-коммерческое объединение, к началу 2000-х годов трансформировалась в Быткомплект, выполняющий поставки под заказ, а также систему специализированных (по видам услуг) поставщиков, комплексно обеспечивающих парикмахерское хозяйство, швейную подотрасль и др. К настоящему времени сложилась сеть оптовых поставщиков оборудования и материалов для ремонта обуви и по другим отраслевым группам» [367].

«В части производства и ремонта технологического оборудования, инструмента и оснастки следует отметить, что производственная база отрасли распалась полностью. Большинство отраслевых групп получает оборудование по импорту» [367].

«Поставщики-импортеры практически «с нуля» организовали в стране собственный фирменный сервис, включающий монтаж оборудования, его гарантийное и постгарантийное обслуживание. Из отечественных структур ремонтные функции по оборудованию и инструменту выполняет лишь Московская городская служба бытового сервиса» [367].

«В наиболее сохранившемся виде оказалась отраслевая система подготовки кадров (специалистов с высшим образованием). Это объясняется отчасти сохранившимся здесь бюджетным финансированием, а также развернутой программой коммерческого обучения. Однако при избытке специалистов с высшим образованием наблюдается серьезный дефицит специалистов рабочих профессий для сферы бытовых услуг» [367].

«Таким образом, лишь немногие составные элементы инфраструктуры отрасли сохранились с начала 90-х годов (например, система подготовки кадров). Отдельные элементы отраслевой инфраструктуры трансформировались в новые, более соответствующие требованиям рыночной экономики отраслевые образования (это характерно, прежде всего, для системы поставок). Ряд составляющих отраслевой инфраструктуры (реклама и полиграфическое обслуживание) заменены специализированными хозяйствующими субъектами и реализуются для хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг на общих основаниях. Некоторые составляющие отраслевой инфраструктуры (например, проектирование) формально сохранились, однако реально свои функции не выполняют. И, наконец, такие составляющие отраслевой инфраструктуры как информационное обслуживание и производственная база распались практически полностью; последнее замещается импортными поставками» [367].

Тем не менее на уровне регионов существуют организации, ответственные за контроль качества услуг. «С 1992 года в Санкт-Петербурге центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг проводит государственную политику по обеспечению качества и безопасности продукции, в том числе по выявлению и предупреждению проникновения на потребительский рынок некачественных и опасных для жизни и здоровья

потребителей и окружающей среды товаров, работ и услуг» [370]. В рамках деятельности по защите прав потребителей Центр контроля качества взаимодействует с федеральными и местными контрольно-надзорными организациями - Управлением Роспотребнадзора по СПб, прокуратурой. Протоколы и акты экспертиз, проводимых Центром контроля качества, имеют арбитражную силу.

Основные направления деятельности Центра [369, 370]:

- проведение лабораторных исследований образцов продукции на соответствие требованиям технических регламентов, нормативно-технической документации;
- ведение Реестра объектов, на которых не допускается розничная продажа алкогольной продукции;
- прием деклараций об объеме розничной продажи алкогольной и спиртосодержащей продукции;
- проведение экспертизы на предмет выявления признаков контрафактности продукции;
- прием от заявителей жалоб (заявлений) и рассмотрение их в установленном порядке [369, 370].

Как видно из данного перечня, только два из перечисленных направлений имеют отношение к бытовым услугам.

В структуре Центра контроля качества (является структурным подразделением Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга) действует аккредитованная испытательная лаборатория «Петербург-Экспертиза» (ИЛ «ПЕТЭКС»), которая оснащена современным высокоэффективным оборудованием. Ежегодно специалисты ИЛ «ПЕТЭКС» проводят порядка 100 тыс. лабораторных исследований.

Одним из главных направлений работы Центра контроля качества является работа по жалобам граждан. В отдел контроля качества продукции

и услуг по обращениям потребителей ежегодно поступает более 4 тыс. обращений по вопросам неудовлетворительного качества продукции и услуг, с просьбами разъяснения норм Федерального закона «О защите прав потребителей». Специалисты отдела принимают заявления от граждан непосредственно в Центре контроля качества, в электронном виде на сайте и по телефонам «горячей линии». По каждой поступившей жалобе проводятся проверки предприятий розничной торговли с целью выяснения обстоятельств реализации некачественных товаров.

В условиях значительного ослабления централизованного руководства отраслью (в начале 200-х годов) были созданы различные объединения предприятий бытового обслуживания. Так, Союз парикмахеров и косметологов Санкт-Петербурга (СПиК СПб) создан в мае 1999 года и является в настоящее время единственной организацией, объединяющей парикмахеров и косметологов Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона, а также производителей и дистрибьюторов профессиональной косметической продукции и оборудования. В 1999 году СПиК СПб также стал членом Союза парикмахеров и косметологов России.

Союз парикмахеров и косметологов России в настоящее время проводит семинары, мастер-классы, шоу-показы с участием ведущих, признанных профессионалов парикмахерского искусства, а также специализированные курсы и тренинги по повышению квалификации мастеров. Ежегодно Союз парикмахеров и косметологов России проводит ставший уже традиционным Открытый Чемпионат по парикмахерскому искусству и декоративной косметике, а в его рамках - крупнейшую в Северо-Западном регионе профессиональную выставку-продажу косметики, парфюмерии, оборудования, инструментов и аксессуаров.

Члены союза получают свидетельство, бесплатную публикацию на сайте Союза, а также различные скидки и льготы [130].

Ассоциация российских уборочных компаний АРУК образована в 2000 году с целью консолидации усилий клининговых компаний, поставщиков и производителей продуктов клининговой индустрии для позиционирования деятельности уборочной отрасли в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения, жилых и общественных зданий, прилегающих к ним территорий, промышленных предприятий, транспорта и организаций различного профиля, как единого комплекса мероприятий по организации процессов уборки, дезинфекции, селективного сбора мусора и твердых бытовых отходов.

В настоящее время Ассоциация в своей работе поддерживает исполнителей клининговых услуг (крупные и малые компании), поставщиков и производителей продуктов клининговой индустрии, путем сотрудничества с региональными законодательными и исполнительными органами власти, участвует в разработке нормативной документации и реализации национальных и региональных проектов, пропагандирует через средства массовой информации о преимуществах профессионального клининга, реализует среди членов Ассоциации принципы корпоративной этики ведения клинингового бизнеса [172].

Также интересен опыт создания Ассоциации предприятий химической чистки и прачечных Санкт-Петербурга в 2002 году. В данный момент Ассоциация не функционирует. Она создавалась для совместного решения задач отрасли, повышения качества оказываемых услуг, защиты интересов членов Ассоциации. В Ассоциацию входили предприятия и организации СПб и Северо-Западного региона, оказывающие услуги по химчистке и стирке, учебные учреждения, поставщики оборудования и химматериалов [46].

Выводы к главе 2

Подавляющее большинство методов оценки качества услуг основаны на субъективных факторах, связанных с ожиданиями потребителя и его фактическими впечатлениями, удовлетворенностью от получения услуги. Расхождение между желаемой и фактической оценкой услуги и является оценкой ее качества потребителем.

Оценка качества услуги ее производителем производится на основе оценки ее соответствия ряду критериев, установленных законодательно либо на основе корпоративных стандартов. Несоответствие фактических характеристик бытовой услуги ожиданиям потребителя может возникать вследствие действия технических, организационных, экономических и социальных факторов. Организационные факторы проявляются при использовании неэффективных методов организации производства и контроля качества услуг, низкой трудовой и производственной дисциплине персонала, игнорировании возможностей современных форм организации бизнеса, отсутствии системы менеджмента качества.

Экономические факторы проявляются при нерациональной ценовой политике, неэффективной системе оплаты труда, низком качестве планово-учетной работы персонала предприятия БОН.

Социальные факторы обусловлены организационной культурой предприятия БОН, неэффективными методами подбора и адаптации персонала, неэффективной политикой планирования карьеры персонала.

Наибольшую известность среди теоретиков и практиков получили такие модели оценки качества услуг, как анализ зоны толерантности, модели GAP, и SERVQUAL. Данная методика предполагает оценку качества услуги по двадцати двум характеристикам, сгруппированным по

пяти главным критериям: осязаемости, надежности, отзывчивости, убежденности и эмпатии.

Проблемы управления качеством услуг предполагают определения и раскрытие сущности понятия качества услуг, их измеримости, природы ожиданий потребителей в отношении получаемой услуги, причин несоответствия оказываемой услуги ожиданиям потребителей, обоснования мероприятий для повышения качества услуг.

Качество услуги формируется в результате выполнения определенных этапов технологического процесса. Для контроля его соблюдения являются контрольные карты, разработанные еще в двадцатых годах XX века и применяемые для сферы материального производства. Автором диссертационного исследования обоснована возможность использования контрольных карт для управления качеством бытовых услуг.

Контрольные карты позволяют выявить результаты, которые выходят за границы предельных значений параметров качества услуги. В контрольной карте представляются результаты исследования качества услуг в декартовой системе координат, где параллельно оси ординат выделяются нижняя и нижняя предупреждающая границы регулирования, центральная линия, верхняя предупреждающая и верхняя границы регулирования. Данные характеристики контрольной карты могут быть полезны для оперативного регулирования контроля качества бытовых услуг. Их использование возможно в том случае, если предприятие БОН осуществляет постоянный мониторинг качества услуг и оценку коэффициента качества. Эта работа имеет социальное значение, поскольку, в отличие от принятой в странах с развитой рыночной экономикой практики, россияне не склонны отстаивать свои интересы в суде при получении ими некачественных услуг.

Анализ результатов интервьюирования потребителей бытовых услуг и источников данных показал практическое отсутствие исков по взысканию

материального и морального ущерба от потребления некачественных бытовых услуг. В числе прочих факторов это обусловлено высокой стоимостью услуг юридического сопровождения исков.

В экономической литературе выделяется три жизненных стадии формирования качества услуги: задание нормы, метрологическую оценку нормы и подтверждение соответствия независимыми экспертами. Инструментами при таком подходе являются стандартизация, метрология и сертификация, которые являются необходимым инструментальным оснащением предприятия бытового обслуживания, обеспечивающим внутриорганизационные условия повышения качества бытовых услуг.

Большое значение для совершенствования процесса управления качеством бытовых услуг имеет состояние инфраструктуры бытового обслуживания населения, которая была достаточно развита в советский период развития России. «К настоящему времени лишь немногие составные элементы инфраструктуры отрасли сохранились с начала 90-х годов (например, система подготовки кадров). Отдельные элементы отраслевой инфраструктуры трансформировались в новые, более соответствующие требованиям рыночной экономики отраслевые образования (это характерно, прежде всего, для системы поставок). Ряд составляющих отраслевой инфраструктуры (реклама и полиграфическое обслуживание) заменены специализированными хозяйствующими субъектами и реализуются для хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг на общих основаниях. Некоторые составляющие отраслевой инфраструктуры (например, проектирование) формально сохранились, однако реально свои функции не выполняют. И, наконец, такие составляющие отраслевой инфраструктуры как информационное обслуживание и производственная база распались практически полностью; последнее замещается импортными поставками» [181, 367].

В условиях значительного ослабления централизованного руководства отраслью (в начале 200-х годов) были созданы различные объединения предприятий бытового обслуживания, которые частично решают проблемы инфраструктурного обеспечения деятельности предприятий бытового обслуживания.

3. Организационные формы взаимодействий исполнителей бытовых услуг для повышения их качества

3.1. Использование механизмов саморегулирования для повышения качества бытовых услуг

В современной экономике можно выделить следующие виды регулирования товаров и услуг [307, 312]:

- саморегулирование на основе базовых законов рыночной экономики;
- государственное регулирование;
- общественное регулирование (саморегулирование);
- корпоративное (фирменное) регулирование.

Механизмы саморегулирования уже доказали свою эффективность; однако в сфере бытового обслуживания не получили пока распространения. Это обусловлено, в первую очередь отсутствием заинтересованности предпринимателей, особенно в малом и микробизнесе, в систематическом контроле качества услуг. Стимулирование развития механизмов самоконтроля и саморегулирования в сфере БОН является задачей региональных и муниципальных властей [127, 279, 331, 334, 347].

Как отмечалось выше, бытовые услуги относятся к социально значимым видам услуг, однако их потребление группой населения с наибольшими доходами в России растет быстрее, чем группой наименее обеспеченного населения. Поэтому среди приоритетных задач органов территориального управления является стимулирование развития тех форм предпринимательской деятельности, которая обеспечивает предоставление бытовых услуг, удовлетворяющих наименее обеспеченные слои населения по соотношению цена/качество [121, 153, 154, 157]. Для этого необходимо как развитие конкуренции среди предпринимателей, так и создание условий

для постоянного контроля качества, удовлетворения жалоб потребителей и их предотвращения [328, 338, 416, 421].

Спецификой бытового обслуживания населения во всем мире является развитие в нем преимущественно малых форм предпринимательства. При этом эти же эксперты констатируют: «Сегодня, когда предпринимательство только начинает подниматься, ему не до систем высокого качества. Высокий процент кредитных ставок, постоянно растущие арендная плата и тарифы на коммунальные услуги, рост цен на материалы и т.п. заставляют производителей ради обеспечения рентабельности идти на массу нарушений. Это знают все. Чтобы облегчить нагрузку на малый бизнес, снимаются административные барьеры, и в их числе контроль за соблюдением норм и правил. Это палка о двух концах. Добросовестных производителей с высоким уровнем социальной ответственности сегодня не так уж и много. Те, кто действительно ответственен, тот это подтверждает. Не секрет, что качество услуг часто не соответствует требованиям потребителей. Иногда потребители протестуют и обращаются в комиссии по ЗПП и даже в суд» [108, 123, 233, 262, 311].

«В то же время эксперты Общественного совета по развитию малых форм предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга отмечают, что российский рынок бытового обслуживания во многом своеобразен по отношению к европейскому рынку. Так, в России в сфере бытового обслуживания населения получило распространение не малое частное предпринимательство, не семейный бизнес, как на Западе, а коллективные, кооперативные формы хозяйствования. Владельцами предприятий сферы быта являются: трудовые коллективы – 63 %, юридические лица – 23 % и физические лица – 13 % [326, 397].

Другая специфичная черта российского рынка бытового обслуживания связана с диверсификацией профильных предприятий, к которой побуждает необходимость выживания в современных условиях. В ряде случаев предприятия бытового обслуживания наряду с основной деятельностью активно развивают другие непрофильные виды деятельности, приносящие дополнительный доход» [95, 233, 262, 338, 395, 397].

Сфера услуг, являющаяся составной частью малого бизнеса, сталкивается с проблемами, характерными для большинства предпринимателей, отмеченными многими исследователями [116, 155, 157, 207, 230, 255, 321, 355]:

«- отсутствие производственных площадей соответствующих санитарным нормам и правилам для размещения предприятий бытового обслуживания;

- трудности в получении кредитных ресурсов и привлечении инвестиций;

- нехватка квалифицированных кадров, особенно рабочих профессий (портные, закройщики, сапожники, специалисты по ремонту сложной техники);

- несовершенство правового регулирования отрасли на федеральном и региональном уровнях;

- необходимость повышения уровня обслуживания и качества предоставляемых услуг ;

- ценовые барьеры в получении бытовых услуг гражданами со средним и низким достатком;

- недостаточная информированность населения о предприятиях бытового обслуживания и оказываемых ими услугах» [116, 155, 157, 207, 230, 233, 255, 321, 355].

Проблемы качества бытовых услуг, отмечаемые экспертами, могут быть решены на основе объединения предпринимателей в саморегулируемые организации –по каждому профилю бытовых услуг [48, 79, 248, 276, 326]. Примерная схема структуры саморегулируемой организации –приведена на рисунке 3.1.1.



Рисунок 3.1.1 – Схема взаимодействия саморегулируемой организации и администраций муниципального образования в процессе контроля качества бытовых услуг населению [составлено автором на основе [128, 129, 248, 325]]

Данная схема предполагает создание корпоративных (цеховых) стандартов и позволяет усовершенствовать взаимодействие предпринимателей и администрациями муниципальных образований, на территории которых они оказывают бытовые услуги, а также усилить контроль за их деятельностью [128, 129].

В современной экономической литературе, монографиях, научных статьях, материалах периодической печати, широко представлены научно-практические взгляды авторов [63, 74, 148, 223, 246, 334], основанные на

анализе действующей нормативно-правовой базы функционирования саморегулируемых организаций (СРО). Практика применения законодательства (федерального, регионального) о СРО дает основания полагать, что сегодня сложились и функционируют несколько моделей саморегулирования, в основе которых лежат различные концептуальные подходы. Несмотря на важность дискуссий о значимости использования той или иной концепции саморегулирования, следует отметить, что вместе с тем, такая практика не влияет положительно на институциональное развитие общественного регулирования, становление его институтов.

Важным шагом в становлении института общественного регулирования стало принятие правительственной Концепции «О совершенствовании механизмов саморегулирования в РФ» (утверждена Распоряжением Правительства РФ от 30.12.2015 №2376-р). В рамках данной концепции предусмотрено развитие институтов саморегулирования в РФ через формирование единой общероссийской модели, что предусматривает реализацию следующих базовых принципов [11, 63, 74, 334]:

- консолидация предприятий и организаций, в том числе, сферы услуг на основе принципов единства отрасли, вида деятельности, особенностей функционирования и интеграции при формировании СРО;
- консолидированная ответственность участников СРО за результаты хозяйственной деятельности и репутационные риски;
- создание собственных нормативных документов регулирования деятельности участников СРО (кодексов) для реализации дополнительных мер саморегулирования участников СРО;
- ответственность СРО и участников СРО за нарушения законодательства о саморегулировании;
- прозрачность, открытость, доступность информации о деятельности СРО и участников СРО.

Следует принять во внимание, что действующие в настоящее время модели саморегулирования не соответствуют модели, которая предусмотрена Концепцией. Сюда же следует отнести и принятую в 2015 г. модель саморегулирования финансового рынка.

Новая Концепция саморегулирования (2015) уточняет цели развития общественного регулирования в РФ. При этом главный акцент делается на чрезмерности участия государства в регулировании деятельности предпринимательских структур, что не способствует деbüroкратизации экономики, повышению качества и конкурентоспособности продукции и услуг отечественных производителей, развитию отраслей и секторов экономики, стимулированию внутреннего спроса, повышению ответственности предпринимательских структур за результаты своей деятельности перед потребителями, снижению репутационных рисков участников потребительского рынка [11, 63, 148, 223, 246].

Вместе с тем, нельзя не отметить, что решение задачи оптимизации государственного участия и функций государства в совершенствовании условий деятельности предпринимательских структур в достаточной мере не решена и требует дискуссий с участием как органов государственной власти и управления, так и представителей бизнеса в лице их общественных объединений – СРО [63, 335, 343].

В действующих на сегодняшний день государственных программных и нормативных документах отсутствуют достаточно обоснованные критерии, определяющие избыточность государственного участия в регулировании деятельности предпринимательских структур. Это приводит к неэффективности реализации государством своих регулирующих полномочий, прежде всего, между государственными органами управления и общественными организациями системы саморегулирования, включая национальные объединения отраслевых саморегулируемых организаций –

Союзов и Ассоциаций промышленников и предпринимателей федерального уровня. Это приводит к дублированию регулирующих функций общественными структурами, создает дополнительные условия для злоупотребления чиновников [63, 74, 334, 335, 343].

Анализ приведенной выше Концепции (2015) свидетельствует, что новым элементом организационной структуры саморегулирования стали национальные объединения СРО по отраслевому признаку – Национальные объединения отраслевых саморегулируемых организаций. Национальные объединения отраслевых СРО включают функционирование на трех уровнях [11, 63, 278, 342]:

- участники СРО на основе членства;
- СРО как самостоятельный субъект общественного регулирования;
- национальные объединения СРО по отраслевому признаку.

Важность Концепции состоит еще в том, что ею прописана система саморегулирования, исключая дублирование функций. Иными словами, если в системе саморегулирования присутствуют несколько структурных элементов (аналог распределения полномочий между государственным регулятором и общественными органами системы саморегулирования), ключевое значение будет иметь распределение полномочий между этими элементами. Вместе с тем, необходимо не допустить дополнительной и, как правило, необоснованной нагрузки на предпринимательские структуры, что связано с появлением новых регуляторов и, как следствие, новых финансовых затрат бизнеса [11, 249, 318].

Отдельно примем во внимание, что в РФ созданы и успешно работают национальные объединения общественного регулирования в виде СРО в сфере жилищного строительства, коммунальной инфраструктуры, на рынке оценочного бизнеса (оценщики) и др. Предпринимательские общественные объединения федерального уровня представляют собой достаточно крупные

организации, наделенные их участниками довольно серьезными полномочиями. Вместе с тем, анализ правовых норм, призванных регламентировать деятельность СРО национального уровня, демонстрирует несогласованность подходов к их созданию, наделению их функциональными полномочиями, образованию органов управления структурами СРО. Сложившийся «правовой вакуум» в организации и функционировании национальных СРО создает объективные сложности для их образования и эффективной деятельности. Однако очевидна их консолидирующая роль для отраслевых профессиональных участников, особенно при формировании единых подходов к развитию отрасли, сектора и в решении проблем взаимодействия как в рамках профессионального сообщества – объединения СРО, так и при взаимодействии с органами государственной власти и управления [248, 272, 279].

Как показано в предыдущих разделах диссертационного исследования, возрастание роли общественных организаций предпринимателей в регулировании рынка товаров и услуг, тесное взаимодействие с государственными структурами – очевидная и обоснованная тенденция, подкрепленная теорией и практикой. Какова же роль в этом вопросе в России? В целом предпринимательское сообщество в России, на наш взгляд, готово к принятию на себя новых обязанностей, дополнительной ответственности, расширению своей социальной роли.

В настоящее время в России зарегистрировано примерно 1,1 тыс. СРО [250], что составляет менее 0,5% от общего количества некоммерческих организаций в РФ (всего некоммерческих организаций в РФ зарегистрировано 216 тыс.) [250, 300]. Важно отметить динамику изменения количества СРО в общем количестве некоммерческих объединений в РФ. В 2016 г. их количество составляло 0,6% в общем количестве некоммерческих объединений в РФ. Вместе с тем, в 2018 г. количество СРО сократилось на

2,6% в сравнении с аналогичными данными предыдущего года (2017), а относительно 2015 г., количество СРО в общем количестве некоммерческих объединений сократилось почти на 9% [250].

Анализ современной практики показывает, что развитие СРО недостаточно воспринимается обществом, бизнес-структурами, государством. Итоги опросов представителей бизнеса (2020 г.) свидетельствуют о том, что нет до настоящего времени содержательного понимания сущности и необходимости развития СРО как института гражданского общества, оказывающего существенное влияние на регулирование предпринимательской деятельности [74, 343]. К настоящему времени саморегулирование, которое должно было стать важным общественно значимым институтом, способным оказывать существенное влияние на развитие экономики, не легло в основу формирования сильного гражданского общества, о чем свидетельствует анализ индекса развития СРО в РФ [223, 250, 251].

Кроме того, статистика экономического развития показывает, что прирост ВВП (номинал, млрд. долл. США) в 2013-2018 гг. соответственно составил: +1,8%; +0,7%; - 2,5%; +0,2%; +1,5%; +2,2% % [250]. Таким образом, темпы роста ВВП существенно отставали от темпов роста мирового хозяйства, для которого характерен прирост не менее 5% ВВП [250]. Это дает основание полагать, что экономика РФ пока не соответствует саморегулируемым экономическим системам, где развиты общественные институты саморегулирования, представленные эффективными саморегулируемыми структурами [248, 272, 279].

В соответствии с Указом Президента России от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» поставлена цель вхождения нашей страны в крупнейшие мировые экономики, что требует, как показывает опыт США и стран Западной Европы,

становления эффективного института общественного регулирования и саморегулирования бизнеса [7, 250, 323].

Один из наиболее обсуждаемых вопросов, почему необходимо становление и развитием общественных институтов саморегулирования в России? Каковы роль и значение саморегулирования для государства, общества и граждан? Почему по мнению ряда ученых и политиков именно саморегулирование, как институт общественного развития, позволит повысить производительность реального сектора, будет способствовать повышению эффективности предпринимательства в России в целом [176, 238, 250, 361].

Здесь так же важно изучение правовых основ институциональной трансформации, поскольку правовая реформа практически не затронула такого важного вопроса как саморегулирование бизнеса. Вместе с тем, необходимо создание правового режима, который позволит СРО влиять на функционирование предпринимательской деятельности, формирование культурно-ценностного ядра общества, если нормативно-правовая база будет достаточной для обеспечения приоритетного развития СРО [источники].

Актуальность проблемы развития СРО и их влияние на общественные экономические отношения вполне очевидна. Вместе с тем, теоретические подходы к саморегулированию, получившие распространение в Западной экономической мысли, требуют глубокой оценки, с учетом институциональных особенностей российского общества, где важная роль отводится сочетанию государственных и общественных механизмов регулирования социально-экономической системы [48, 240, 248, 250, 334, 353].

Попытки трансформировать отношения государственного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов с точки зрения отказа от чрезмерной централизации за счёт вовлечения в этот процесс объединений

предпринимателей не являются новыми, идеи в этом направлении в отношении саморегулируемых организаций активно выдвигались начиная с 2003 года. По мере накопления опыта саморегулирования в российской экономике менялись и сущностные представления о саморегулировании. Принятие в 2007 году Федерального Закона о саморегулируемых организациях (ФЗ № 315-ФЗ) придало существенный импульс формированию и развитию саморегулируемых организаций в совершенно разных отраслях, при этом СРО активно создавались в случае их обязательности, в то время как СРО, основанные исключительно на добровольном членстве, получили значительно меньшее распространение. К 2015 году ключевым направлением стал поиск модели саморегулирования, которая могла бы стать единой для всех регионов и отраслей с одновременным акцентом на добровольность. Логическим завершением этого стало принятие в конце 2015 года (утверждена Распоряжением Правительства РФ 30.12.2015 г.) Концепции совершенствования механизма саморегулирования. Замысел Концепции состоял в формировании общей модели саморегулирования, предлагаемой государством, обеспечении роста доверия к самому институту саморегулирования, возможности более действенной системы контроля за деятельностью участников как основы предоставления высококачественных продукции, работ, услуг.

Стоит обратить внимание на то, что в указанной Концепции особое внимание уделено вопросам стандартизации деятельности участников СРО, а также выделен принцип добровольности членства и указано на необходимость поддержки таких объединений. Реализация Концепции предполагалась поэтапная, начиная с 2016 года по 2020, содержание этапов связано как с изменениями в законодательстве о саморегулировании, так и расширением возможности эффективного участия в развитии экономики и регулировании деятельности хозяйствующих субъектов СРО, которые создаются на

добровольной основе. В Концепции отмечался ряд преимуществ саморегулирования, с точки зрения сферы бытовых услуг стоило бы обратить внимание на возможности выбора форм и методов регулирования, а также разработки стандартов и правил поведения, что актуально для мультисервисов. Согласно данным, приводимым в Концепции, большинство СРО к 2015 году были созданы на обязательной, а не добровольной основе (719 из 1154 СРО созданы на обязательной основе – 62%). Из всех организаций, созданной на добровольной основе, практически отсутствуют организации сферы потребительского рынка, бытовых услуг, сельскохозяйственных производителей и т.п. Чтобы преодолеть это, необходимо формировать дополнительные стимулы добровольного участия. На наш взгляд, сфера бытовых услуг вполне могла бы стать модельной для развития таких организаций саморегулирования, поскольку, как отмечалось ранее, сфера бытовых услуг имеет социальную значимость, поэтому к его качеству предъявляются высокие требования. Децентрализация регулирования способствует приближению управляющих воздействий к потребителям бытовых услуг, позволяет лучше понять их потребности, а также более эффективно влиять на производителей услуг.

Формирование СРО в сфере бытовых услуг направлено на рост добросовестности производителей услуг, создание системы действенного контроля качества услуг, одновременно это может создать дополнительные конкурентные преимущества производителям услуг, давая гарантии потребителю, связанные с соответствием выбираемых материалов, поставщиков, технологий и т.п. Следование субъектов саморегулирования принципам менеджмента качества как условие участия в СРО способствует достижению этих целей. Реализация таких идей потребует совершенствования законодательства. В то же время, по мере накопления опыта функционирования СРО на добровольной основе, будут дополняться и

теоретические представления о сущности, объемах и тенденциях саморегулирования с учётом специфики отраслей, в том числе в сфере бытового обслуживания населения.

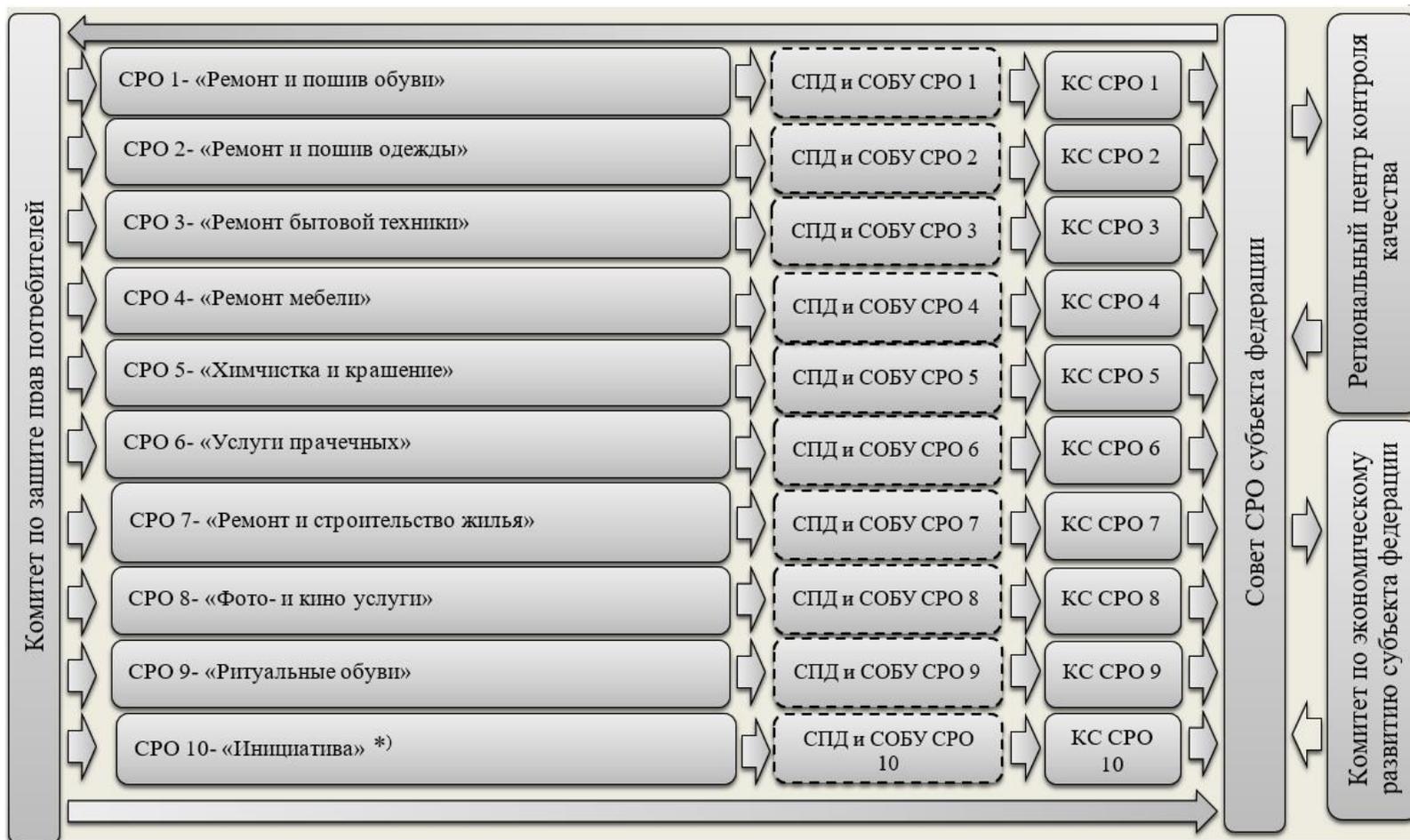
Следует согласиться с выводами, приводимыми в Концепции относительно того, что практика формирования СРО после 2007 года (принятия закона), в особенности, после поправок, связанных с тем, что федеральные законы могут устанавливать требования к саморегулированию в отраслях без достаточного учета требований закона о саморегулирования, шла во многом в разрез с базовыми идеями саморегулирования, предполагавшими децентрализацию и деbüroкратизацию. В итоге регулирования для субъектов рынка стало не меньше, а больше. Кроме того, стандарты, разрабатываемые СРО, в ряде случаев просто дублируют государственные требования, не внося ничего нового в требования к участникам, что приводит к формализации требований, особенно в случае обязательного характера создания СРО (по сути это становится своего рода «допуском» в профессию или сферу деятельности).

Еще одной проблемой СРО является низкий уровень контроля за деятельностью участников. Чтобы не вступать в конфликтные интересы, не налагать санкций, СРО зачастую просто контролирует соответствие деятельности базовому законодательству и государственным нормативным требованиям. Экономические интересы самих участников противоречат необходимости осуществления действенного контроля. И это проявляется даже в случае обязательного членства. При добровольном участии в СРО проблема еще сложнее. Участники определенного рынка могут быть не всегда заинтересованы в таком объединении именно в силу того, что это предполагает дополнительный контроль. Представляется, что это в значительной степени касается сферы бытового обслуживания населения, где сами организации, оказывающие услуги, не стремятся к открытости. Поэтому

администрация муниципального образования должна продумать меры и механизмы, которые способствовали бы формированию СРО в сфере бытовых услуг, поскольку это достаточно действенный инструмент обеспечения качества бытовых услуг и вследствие этого – качества жизни населения муниципального образования.

Согласно данным Минэкономразвития, за период реализации Концепции в 2018 году количество стандартов, принятых саморегулируемыми организациями стало возрастать (более, чем на 10%), однако их количество все еще недостаточно. Однако недостатки введенных стандартов не преодолены. Так, менее 5% всех разработанных стандартов устанавливают требования к участникам выше государственного уровня. Одна из причин такой ситуации состоит в том, что предприятия не заинтересованы в разработке оригинальных стандартов, так как это требует больших затрат ресурсов, но не даёт эффекта для деятельности на рынке. Это противоречит тому, что потенциально система СРО могла бы позитивно влиять на качество продукции, работ и услуг. Чтобы механизм СРО стал действительно результативным, необходимы усилия как самих предпринимателей, так и органов государственного и муниципального управления на конкретных территориях [69].

На рисунке 3.1.2 представлена схема взаимодействия саморегулируемых организаций с администрацией субъекта Федерации.



Условные обозначения: СПД – стандарт профессиональной деятельности;
 СОБУ – стандарт оказания бытовой услуги; КС СРО – координационный совет СРО

Рисунок 3.1.2 – Схема взаимодействия СРО бытовых услуг с региональными органами контроля и управления

В СРО – «Инициатива» объединяются предприниматели, оказывающие различные виды деятельности по оказанию бытовых услуг, учитывающихся в статистике как «Прочие бытовые услуги», например:

- деятельность астрологов и спиритов;
- предоставление сопровождения (эскорта);
- деятельность службы знакомств;
- предоставление услуг брачными бюро;
- деятельность организаций по исследованию генеалогии;
- предоставление услуг чистильщиками обуви, носильщиками, персоналом, обслуживающим автомобильные стоянки и т.п.

Стандарты профессиональной деятельности и оказания бытовых услуг разрабатываются на основе утвержденных государственных отраслевых стандартов и правил [6, 9, 27–32, 15, 17, 21–26].

В состав функций Координационного совета СРО целесообразно включить также решение проблем инфраструктурного обслуживания, а именно [128, 129, 305, 397]:

- формирование систематических взаимодействий с учреждениями начального, среднего и высшего профессионального образования;
- организация рекламных кампаний, выставок, ярмарок;
- содействие организации проектирования объектов БОН;
- логистическое обеспечение деятельности предприятий.

В соответствии с Федеральным законом, под саморегулированием в сфере бытового обслуживания населения понимается самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил [4].

Саморегулирование осуществляется на условиях объединения субъектов предпринимательской или профессиональной деятельности в саморегулируемые организации.

Создание саморегулируемой организации предполагает [72, 99, 100, 107, 121, 123, 127, 368]:

- объединение в составе саморегулируемой организации в качестве ее членов не менее двадцати пяти субъектов предпринимательской деятельности или не менее ста субъектов профессиональной деятельности, оказывающих бытовые услуги населению;

- наличие стандартов и правил предпринимательской или профессиональной деятельности, обязательных для выполнения всеми членами саморегулируемой организации;

- обеспечение саморегулируемой организацией дополнительной имущественной ответственности каждого ее члена перед потребителями бытовых услуг и установления в отношении членов саморегулируемой организации требования страхования и посредством формирования компенсационного фонда саморегулируемой организации [72, 99, 100, 107, 121, 123, 127, 368].

Саморегулируемая организация предприятия БОН разрабатывает и утверждает стандарты и правила саморегулируемой организации, под которыми понимаются требования к осуществлению предпринимательской или профессиональной деятельности, обязательные для выполнения всеми членами саморегулируемой организации и соответствующие федеральным и региональным нормативно-правовым актам, регламентирующим процессы оказания бытовых услуг [72, 127, 344, 373].

Стандарты и правила саморегулируемой организации должны [2, 4, 6, 110, 279]:

- предусматривать меры дисциплинарного воздействия в отношении членов саморегулируемой организации за нарушение требований ее стандартов и правил саморегулируемой организации;

- соответствовать правилам деловой этики, устранять или уменьшать конфликт интересов членов саморегулируемой организации, их работников и членов постоянно действующего коллегиального органа управления саморегулируемой организации;

- устанавливать запрет на осуществление членами саморегулируемой организации деятельности в ущерб иным организациям или индивидуальным предпринимателям, оказывающим бытовые услуги населению, а также должны устанавливать требования, препятствующие недобросовестной конкуренции, совершению действий, причиняющих моральный вред или ущерб потребителям бытовых услуг и иным лицам, действий, причиняющих ущерб деловой репутации члена саморегулируемой организации либо деловой репутации саморегулируемой организации [2, 4, 6, 110, 279].

Членство в саморегулируемой организации предприятий БОН (СРО БОН), в соответствии с приведенными выше положениями, в качестве фундаментального правила должно предполагать проведение единой политики в области качества, что предполагает принятие программного документа общим собранием членов СРО БОН. Предметом согласования являются задачи, основные направления и цели членов СРО БОН в области качества. В соответствии с «ГОСТ Р 50691-2013. Модель обеспечения качества услуг» [17], «политика сервисной организации в области качества услуг должна быть направлена на реализацию следующих основных задач: удовлетворение потребителя с точки зрения профессиональных стандартов и этики, непрерывное повышение качества услуги, учет требований

общества и защиты окружающей среды, эффективность предоставления услуги» [135, 173, 196, 274].

Автором диссертации адаптированы требования упомянутого выше ГОСТ для разработки основных элементов политики качества, обязательных для членов СРО БОН. На основании общей политики в области качества, принятой большинством членов СРО БОН, разрабатываются и принимаются частные политики каждым членом в отдельности.

«Ответственность за реализацию политики в области качества несет руководитель предприятия БОН, который детализирует основные задачи для отдельных служб, подразделений и производственных работников, и менеджеров» [67, 135, 270, 376].

Основными задачами политики в области качества услуг являются [121, 138, 145, 306, 352, 383]:

- оказание бытовых услуг в соответствии с ожиданиями потребителя и в соответствии с государственными, отраслевыми и корпоративными стандартами их качества;

- обеспечение социальной, экологической и производственной бытовых услуг;

- реализация мероприятий по повышению эффективности оказываемых услуг [121, 138, 145, 306, 352, 383].

Руководитель исполняет свои обязанности по доведению конкретных задач по исполнителям в том случае, если в системе менеджмента качества точно прописаны права, ответственности, формы и области взаимодействия служб, подразделений, производственных работников и менеджеров предприятия БОН по всем функциям управления качеством услуги. Отдельно необходимо выделить персонал, ответственный за [121, 138, 145, 306, 352, 383]:

- организацию работы по приему жалоб и претензий потребителей бытовых услуг;
- ведение учетных регистров, в которых фиксируются жалобы и претензии;
- реализацию мероприятий, направленных на предупреждение претензий и жалоб потребителей;
- реализацию мероприятий, направленных на устранение последствий жалоб потребителей;
- контроль реализации мероприятий [121, 138, 145, 306, 352, 383].

Предприятие БОН должно обеспечивать документационные и организационные условия проведения внутренних проверок качества, что предполагает наличие средств контроля и квалифицированных сотрудников для проведения проверки. Сотрудники, осуществляющие проверку, не могут являться исполнителями проверяемого этапа работ.

В ходе проведения проверки производится оценка состояния и (по необходимости в соответствии с выявленными отклонениями) регулирование процессов производства услуг и обслуживания клиентов.

Руководитель предприятия БОН лично ответствен за состояние системы менеджмента качества. Свою ответственность он реализует при выполнении контрольной функции на основе анализа результатов проверок, соответствия периодичности их выполнения плановым срокам, изучения динамики количества жалоб и претензий потребителей. Руководитель обязан также периодически лично проводить оценку качества оказания бытовых услуг [121, 138, 145, 306, 352, 383].

Система менеджмента качества бытовых услуг включает следующие элементы [6, 16, 17, 20–22, 103, 123, 124, 126, 134, 208, 273, 297, 327, 357]:

- нормативно-правовые акты, федеральный и отраслевые стандарты на оказание бытовых услуг

- корпоративный стандарт качества бытовых услуг, учитывающий результаты опросов потребителей;
- политику предприятия БОН в области;
- квалификационные требования к персоналу;
- должностные инструкции работников;
- регламент технологического процесса, включая требования к оборудованию, инструменты, оснастке, сырью, материалам;
- методику контроля качества;
- регламент работы комиссий по контролю качества;
- анкеты для изучения мнений потребителей бытовых услуг;
- формы отчетов по качеству;
- информацию о предоставляемых бытовых услугах для потребителей;
- порядок актуализации элементов системы менеджмента качества [6, 16, 17, 20–22, 103, 123, 124, 126, 134, 208, 273, 297, 327, 357].

Для предупреждения возможных конфликтов после получения услуги до момента заказа потребитель должен иметь возможность [96, 212, 252, 274] :

- получить представление о наименовании услуги, области ее использования, возможности и сроках получения, категориях качества, стоимостью в зависимости от категории качества и сроков предоставления, возможностях потребителя осуществлять промежуточный контроль качества, способах коммуникации потребителя с исполнителем услуги;
- своевременное изъятие устаревшей документации;
- актуализацию документации в соответствии с установленным порядком [96, 212, 252, 274].

Продукция, полуфабрикаты, материалы, комплектующие изделия, оборудование, приобретаемые предприятием БОН, должны соответствовать требованиям технической документации и стандартов качества. Критерием

выбора поставщиков в данном случае должна быть их способность удовлетворять указанные требования. Для мониторинга входного контроля качества сырья, материалов, инструментов и т.п. необходимо вести регистрацию поставщиков. Кроме этого, обязательна разработка и поддержка в рабочем состоянии процедуры проверки и хранения материалов и изделий, предоставляемых потребителем (заказчиком) [130, 142, 209].

«Для гарантированного использования качественных поступающих комплектующих изделий, материалов и полуфабрикатов, а также контроля качества услуг сторонних организаций необходимо:

- осуществлять их входной контроль:
- обеспечивать процедуры проверки и хранения материалов и изделий потребителя услуг. Все случаи потери материалов и изделий, нанесения ущерба или непригодности их к использованию должны быть зарегистрированы, а потребитель проинформирован об этом» [135, 199, 326, 397].

3.2. Развитие мультисервисов в крупных городах как фактор повышения качества жизни населения

С целью определения степени социальной значимости отдельных видов бытовых услуг проводят анкетирование заказчиков. В качестве примера такого типа определения услуг, относимых к социально значимым, можно рассмотреть опыт Региональной ассоциации мультисервиса. В результате анкетирования было выявлено, что к социально значимым бытовым услугам относят: услуги парикмахерских, по ремонту обуви, ритуальные, ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, услуги бань и фотографий, ремонту бытовой техники и автомобильного транспорта. Однако, несмотря на

высокую социальную значимость выявленных услуг, не все они доступны для потребителя, особенно для незащищенных категорий населения» [40, 88, 91, 92, 172, 397].

По мнению автора диссертации и с точки зрения ряда авторов: «такая ситуация объясняется целым рядом причин, наиболее важными из них являются: высокий уровень цен; отсутствие предприятий во многих городах и районах; территориальная недоступность предприятий; неудобный режим работы предприятий; низкое качество предоставляемых услуг; низкий уровень обслуживания» [91, 92, 172].

Проведенный автором диссертации анализ позволяет сделать вывод, что «в результате трансформационных процессов в сфере бытового обслуживания к настоящему моменту определились четыре основные группы хозяйствующих субъектов» [85, 86, 91, 92, 237, 397]:

- индивидуальные предприниматели, на долю которых приходится 40 % общего объема услуг;

- малые предприятия, сохранившие традиционные формы организации бытовых услуг, они оказывают всего лишь 6 % объема бытовых услуг области;

- непрофильные предприятия и организации, которые кроме своей основной деятельности участвуют в оказании бытовых услуг населению. На их долю приходится 47 % общего объема бытовых услуг;

- профильные предприятия службы быта, оказывающие около 7 % общего объема услуг» [85, 86, 91, 92, 237, 397].

Анализ современной экономической литературы показывает, что «по сравнению с материальным производством сфера бытовых услуг имеет ряд особенностей, в частности, в силу специфики повышение качества услуг, как правило, сопровождается увеличением ресурса затрат. Кроме этого, эта сфера испытывает сильные воздействия социально-демографических

процессов, а также целого ряда факторов, связанных с денежными доходами и расходами населения. На развитие сферы бытового обслуживания оказывает влияние динамика воспроизводства домашнего и личного хозяйства» [91, 144, 266] .

Кроме того, следует принять во внимание, что «ученые экономисты, исследуя проблемы развития жилого фонда крупных городов выделяют факторы, которые помимо качества самого жилья определяют и его цену. Например, в экономической литературе последних лет имели место дискуссии по проблемам классификации и ранжирования факторов в соответствии с коэффициентом относительной важности (*КОВ*) [41, 197, 206, 313, 372].

Отдельными учеными наибольшее значение *КОВ* наибольшее значение *КОВ* для данной выборочной совокупности отдан фактору транспортной доступности ($KOB=0,298$). Второе место отдано фактору уровня развития социально-бытовой инфраструктуры ($KOB=0,167$). Далее следуют экологический фактор, престижность района, характер окружающей застройки, административное деление территории и социальный статус населения. Таким образом, ориентиры потребителей подтверждают необходимость развития социально-бытовой инфраструктуры города» [86, 105, 106, 172, 237, 253].

Анализ современной экономической литературы показывает, что «немалый вклад в экономику города может внести такая организационная форма кооперирования предприятий социально-бытового обслуживания с объектами досуга и торговли – мультисервисы [85, 86, 237]. Практика показывает, что мультисервисы как торгово-развлекательные комплексы встречаются не только в крупных, но и в средних и малых городах России и являются одним из основных видов активов территориального образования. В едином здании располагаются такие учреждения досуга и оборудование

для него, как фитнес-клубы, игровые автоматы, боулинг, кегельбаны, кино- и спортивные залы, торговые центры, бары, рестораны, а также различные туристические и транспортные агентства, бюро и пр. Все они являются, как правило, высокорентабельными и, следовательно, привлекательными для инвесторов. Предприятия бытового обслуживания значительно уступают им в рентабельности, в результате чего многие из них, не выдержав конкурентной борьбы, прекратили свое существование» [106, 172, 229, 349].

«Кроме того, существует иной подход к организации функционирования бытовых сервисных организаций – формирование кластера. Данный подход предполагает непрерывность процесса работы сервисных организаций совместно с высшими учебными заведениями и НИИ (научно-исследовательские институты). Эффективная работа кластерной сервисной структуры при этом базируется на разработке и закреплении единой системы информатизации и мониторинга, позволяющей получать оперативную информацию о состоянии системы (кластера) и предотвращать возможные «неблагоприятные» последствия деятельности отдельных элементов» [50, 228, 336].

«Важной задачей кластерного механизма организации предприятий бытового сервиса является обеспечение организационного единства хозяйствующих субъектов кластера в сфере бытового обслуживания и наличие общей ориентированности на повышение эффективности деятельности, создание необходимых условий для преобразования экономических отношений, успешное решение общей проблемы социального развития населения и т.д.» [175, 235, 336, 384].

«Реализация подобных принципов позволит повысить эффективность управляющего воздействия, направленного на многочисленные процессы производства (предоставления) и потребления бытовых услуг. Управление подобным кластером должно строиться на принципах коллегиальности,

учета интересов всех участников, консолидации нового формирования. Необходимо формировать принципиально новые подходы к адаптации участников кластера, к взаимодействию, учитывая готовность каждого отдельного субъекта к подобному объединению и внутрисетевому сотрудничеству» [175, 336, 363].

«Создание кластера может повысить уровень конкурентоспособности предоставляемых услуг и эффективность их предоставления (оказания) в целом. Кроме того, кластер порождает эффект масштаба производства, возможности расширения ассортимента предоставляемых услуг небольшим количеством специализированных субъектов. Таким образом, все участники кластерного образования получают ряд дополнительных (уникальных) преимуществ, которые не доступны обособленным предпринимательским структурам» [216, 239, 336].

Модель организации кластера в сфере бытового обслуживания представлена на рисунке 3.2.1.

«В этой связи актуальным является создание (организация) такого взаимодействия структур, которое будет соответствовать и требованиям к созданию кластера, и показателю географической совместимости. При этом важным элементом является достижение возможности дистанционно координировать работу данного объединения посредством оптимального перераспределения потока заказов» [175, 336, 363].

«Основным отличием кластера от других организационных форм объединения субъектов сферы услуг является обязательное требование сохранения конкурентного поля. Все составные элементы кластерного образования являются полноценными участниками сферы обслуживания и функционируют в рамках установленной организационно-правовой формы. Новшества при вступлении в кластер заключаются в активном включении во внешнюю среду, поскольку только при таком условии возможно

достижение общей цели кластера, достигаемой за счет синергии. Этот факт особенно важен для средних и малых субъектов рынка бытовых услуг, имеющих ряд проблем, связанных с формированием целевой аудитории, стабилизации спроса на услуги и т.д.» [35, 175, 337].

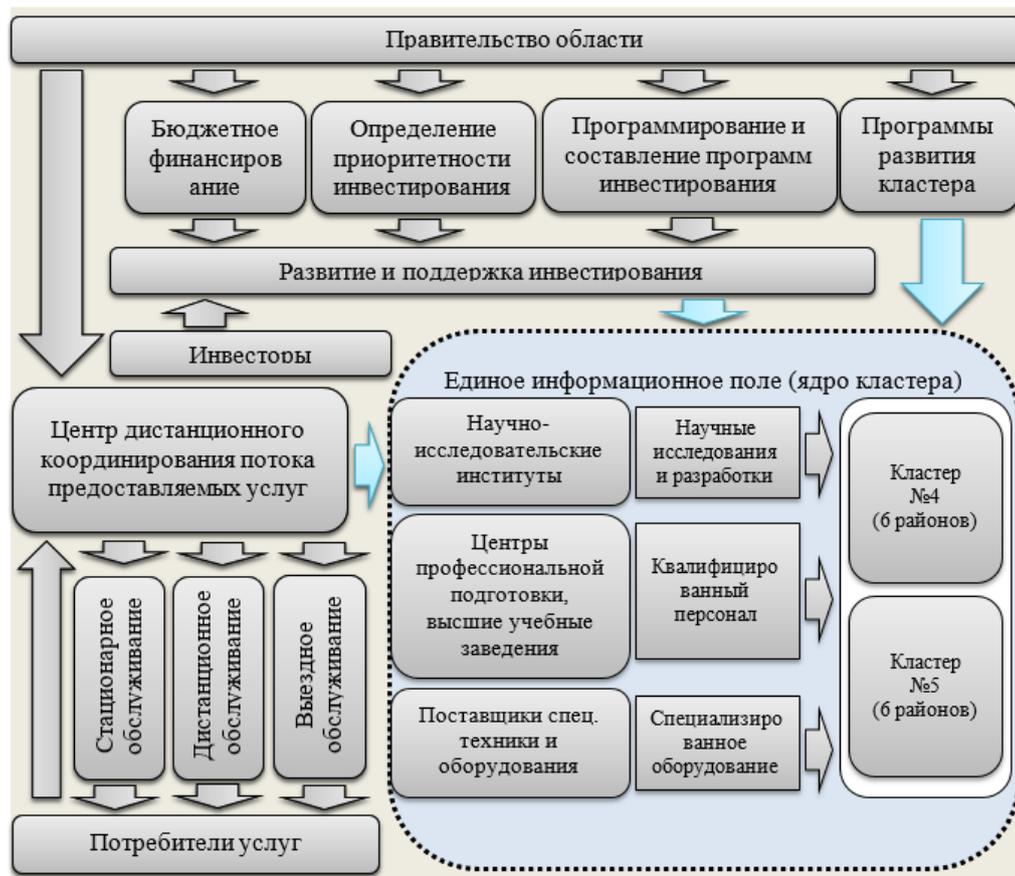


Рисунок 3.2.1 – Модель организации кластера в сфере бытового обслуживания [составлено на основе: 216, 239, 336]

«Государственно-частное партнерство является условием создания и развития кластеров, поскольку формирование и потребление общественных благ возможно при наличии двух источников финансирования: государственных инвестиций и частных капиталовложений» [264, 290, 330, 337].

«Предприятия, оказывающие бытовые услуги населению, являются теми элементами кластера, которые обеспечивают его связность (взаимозависимость элементов), посредством взаимодействия персонала отдельных субъектов и формирования общего (единого) объема предложения разнообразных услуг. Соответственно, чем больше предъявляемый спрос, тем большее предложение обеспечивают сервисные организации и тем существеннее связность элементов кластера. Изучение особенностей и различных функциональных структур территориальных кластеров позволяет сделать следующие выводы» [85, 86, 178, 237, 337, 360]:

- во-первых, кластер формируется вокруг ядра, представляющего собой определенную потребность (наличие или прогнозное значение) в услуге;

- во-вторых, организации, специализирующиеся на оказании услуг общего пользования, таких как услуги по обеспечению электрической энергией, газом, паром, по кондиционированию воздуха, водоотведению, водоснабжению, организации сбора и утилизации отходов, ликвидации загрязнений, являются необходимыми участниками любого территориального кластера;

- в-третьих, организации, специализирующиеся на оказании услуг, способствующих формированию рыночной инфраструктуры, являются необязательными участниками территориальных кластеров, и включение их связано с определением экономического эффекта с позиций сопоставления затрат и ожидаемого результата в виде добавленной стоимости, ее влияния на ценовую политику и конкурентоспособность производимой продукции (услуги);

- в-четвертых, в сфере услуг формирование кластеров преимущественно связано с территориальной близостью организаций,

производящих услуги, и их потребителей, что способствует использованию и развитию экономического потенциала определенной территории;

- в-пятых, каждая территория, обладая определенным экономическим потенциалом, будет иметь свою специфику в образовании территориального кластера сферы услуг, варьируя в выборе участников, принципах их отбора, формируя потребности в развитии соответствующего профильного образования; - в-шестых, поскольку территориальный кластер построен на принципах совместной деятельности хозяйствующих субъектов, то территориальный кластер сферы услуг представляет собой структуру, состоящую из хозяйствующих субъектов на определенной территории, специализирующихся на производстве различных видов услуг» [85, 86, 178, 237, 337, 360].

Территориальный кластер сферы бытового обслуживания, как правило, подчиняется общим принципам формирования кластеров и имеет свои специфические особенности, связанные с отношением к сфере услуг как межотраслевой сфере экономики и услуге как экономической категории [337].

Кластер в сфере бытового обслуживания – это группа добровольно локализованных субъектов бытового обслуживания, а также иных (вспомогательных и обслуживающих) ведущих совместную деятельность субъектов рынка, связанных на основе отраслевой, инфраструктурной близости, а также территориальной совместимости. Взаимодействие субъектов в рамках кластера представляет собой симбиоз кооперации и конкуренции, т.е. происходит обмен информацией, инновациями, технологиями, кадрами, осуществляется совместное использование объединенной инфраструктуры, системы рекламномаркетинговой деятельности и т.д. [310, 337, 365].

«Бытовой мультисервис – это многопрофильный комплекс предприятий или индивидуальных предпринимателей, оказывающих бытовые услуги населения и располагающихся в пределах шаговой доступности друг от друга» [105].

«Набор услуг, оказываемых бытовым мультисервисом, определяется на основании маркетингового исследования. На выбор видов бытовых услуг влияют следующие факторы: демографический состав населения, живущего и работающего в районе, платежеспособный спрос на различные виды услуг, наличие объектов массового посещения, транспортные магистрали, радиус обслуживаемой территории и др.» [66, 123, 172, 184, 288]

«Муниципальные органы власти должны обратить серьезное внимание на комплексное развитие территорий, особенно в окраинных районах мегаполисов. Они обязаны в большей степени оказывать практическую помощь при создании мультисервисов как новой организационной формы бытового обслуживания и содействовать строительству и реконструкции зданий для кооперированных учреждений и предприятий бытового обслуживания и досуга» [66, 143, 144, 172, 226, 286, 364, 365, 385]. Автор диссертации считает целесообразным размещение бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательных комплексов, имеющих подземные паркинги (что необходимо для размещения автосервиса). Примерная схема взаимодействий предпринимателей, региональных и муниципальных органов власти при создании мультисервиса представлена на рисунке 3.2.2.

«Размещение бытового мультисервиса на площадях торгово-развлекательных комплексов имеет, по мнению автора диссертации следующие преимущества:

- население региона получает возможность одновременного доступа к широкому ассортименту услуг: бытовых, торговых, развлекательных туристских и пр.;

- увеличивается проходимость ателье, салонов и приемных пунктов предприятий бытового обслуживания, торговых точек за счет высокой посещаемости торгово-развлекательных комплексов;

- владельцы малых предприятий бытового обслуживания и индивидуальные предприниматели, оказывающие бытовые услуги и являющиеся членами бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательного комплекса» [66, 105, 128, 381, 385].

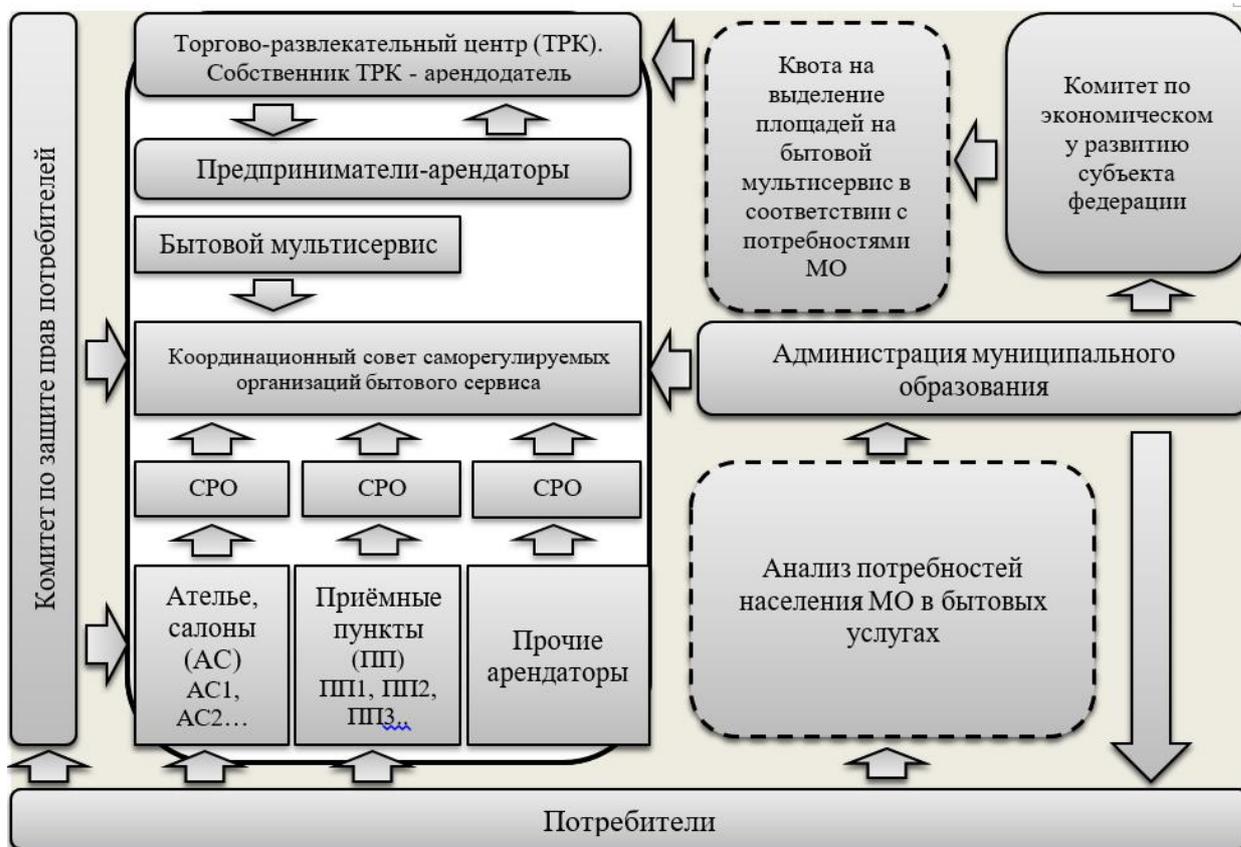


Рисунок 3.2.2 – Особенности взаимодействия предприятий бытового сервиса с органами регионального (муниципального) управления при создании мультисервисных комплексов (Составлено автором на основе [105, 106, 121, 129])

Членство в координационном совете арендаторов-предприятий БОН является обязательным и должно быть включено в условия арендного договора. Высокое качество предоставления бытовых услуг, так же, как и

их комплексность соответствует интересам арендодателя – собственника помещений торгово-развлекательного комплекса, поскольку оно способствует увеличению количества посещений, росту доходов арендаторов и, вследствие этого, создает возможность бесперебойного поступления арендной платы [66, 128, 299, 376].

Общее собрание членов бытового мультисервиса создает координационный совет и принимает Положение об организации контроля качества бытовых услуг в мультисервисе. Данное положение должно предусматривать создание открытой системы менеджмента качества всеми членами мультисервиса, что предполагает согласие на проведение периодических проверок качества оказываемых услуг, а также на участие представителей членов мультисервиса при выявлении причин и ликвидации последствий жалоб потребителей на оказанную услугу конкретным участником мультисервиса [61, 127, 338].

Координационный совет создает комиссию по контролю качества услуг, в состав которой входят представители предпринимателей – членов бытового мультисервиса. Комиссия осуществляет свою работу на основе соблюдения следующих принципов [121, 124, 128, 144, 172]:

- соблюдение требований нормативно-правовых документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность и качество бытовых услуг населению;
- осуществление контрольных мероприятий только при участии всех членов комиссии, уполномоченных на их проведение;
- установление перечня требований, обязательных для членов мультисервиса при оказании ими бытовых услуг на территории мультисервиса в строгом соответствии с федеральными законами, постановлениями региональных органов власти;
- непрерывность одного контрольного мероприятия;

- объективность и беспристрастность при установлении причин появления жалоб потребителей;

- возможность обжалования действий и решений комиссии по контролю качества услуг, нарушающих действующие нормы права, условия арендного договора или Положения об организации контроля качества бытовых услуг в мультисервисе, в координационном совете мультисервиса, государственных органах надзора и контроля;

- недопустимость взимания платы с членов мультисервиса за проведение контрольных мероприятий за исключением случаев возмещения расходов на проведение экспертиз качества услуг;

- персональная имущественная, дисциплинарная и уголовная ответственность должностных лиц органов государственного контроля за нарушение законодательства Российской Федерации [121, 124, 128, 144, 172].

Данные таблицы 3.2.1 свидетельствуют о том, что мультисервисное предприятие позволяет осуществлять предпринимательскую деятельность с меньшими издержками, причем наибольшая экономия в относительном выражении достигается по статье «Расходы на содержание зданий», весьма существенной для малого бизнеса.

Существует альтернативное мнение о размещении бытового мультисервиса. Например, в рамках государственной целевой программы поддержки отечественных изготовителей товаров, Региональная Ассоциация Мультисервиса совместно с Российским Государственным Университетом Туризма и Сервиса (РГУТиС), в целях реализации Постановления Правительства Москвы № 25-ПП от 20.01.2009 года «О совершенствовании комплексного обслуживания населения в сфере потребительского рынка и услуг в городе Москве» [10], предложила концептуальную идею типового объемно-модульного здания с

применением малозаглубленных фундаментов для размещения предприятия бытовых услуг, функционирующего по типу «мультисервис».

Авторы концепции основываются на возрождении «Домов быта», распространенных в советский период развития России, на современной технологической основе. Предлагаемые ими к внедрению «Центры-мультисервисы» расположены в отдельно стоящих зданиях, построенных по типовым проектам объемно-модульного здания. Авторы проекта справедливо указывают, что традиционная для сферы бытового обслуживания социальная ориентация и стабильный спрос заказчиков на бытовые услуги, конечно, создают для «Центров-мультисервиса» наиболее благоприятные условия по сравнению с предприятиями бытового обслуживания узкой специализации.

Интересен практический опыт Региональной Ассоциации Мультисервиса, которая в свое время предложила следующий порядок размещения мультисервисных организаций.

Во-первых, необходимо определить место размещения мультисервиса, для чего организацией предложен следующий список заказчиков и мест размещения мультисервисов [86, 237, 397]:

1. Министерство науки и высшего образования РФ.

Типовое объемно-модульное здание для размещения предприятия бытового обслуживания по типу «мультисервис» целесообразно использовать в жилых комплексах «студенческих городков», чтобы создать комфортные условия для проживания студентов.

2. Министерство Обороны РФ, Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий.

Типовое объемно-модульное здание для размещения предприятия бытового обслуживания по типу «мультисервис» можно использовать в

отдаленных военных гарнизонах, военно-морских базах и военных жилых городках. В случае возникновения локальной чрезвычайной ситуации, спасатели могут оперативно переместить объемно-модульное здание и разрешить вопросы бытового обслуживания.

3. Министерство спорта РФ, Федеральное агентство по туризму РФ.

Типовое объемно-модульное здание для размещения предприятия бытового обслуживания по типу «мультисервис» особенно актуально при проведении крупных международных мероприятий, примером могут служить прошедшие Олимпийские игры в Сочи. По окончании спортивных состязаний, здания можно демонтировать и переместить в приморские курортные районы, где отмечается сезонный наплыв значительного количества отдыхающих.

4. Религиозные организации.

Типовое объемно-модульное здание для размещения предприятия бытового обслуживания по типу «мультисервис» может быть востребовано религиозными учреждениями, например, монастырями, духовными семинариями, гостиничными комплексами для размещения паломников-туристов.

5. Коттеджные поселки и жилые городки агропредприятий.

Наиболее перспективным направлением в настоящее время является строительство типового объемно-модульного здания для размещения предприятия бытового обслуживания по типу «мультисервис» на территории коттеджных поселков и некоммерческих садоводческих товариществ.

6. Районы новостроек.

В крупных городах, где осуществляется массовая застройка микрорайонов, а ввод жилых домов осуществляется поэтапно, типовое объемно-модульное здание для размещения предприятия бытового

обслуживания по типу «мультисервис» позволяет обеспечить запросы жителей в услугах , до момента организации стационарных предприятий сферы услуг [86, 237, 397].

Второй целью является формирование современной инфраструктуры пешеходной (шаговой) доступности в целях формирования комфортных условий проживания в соответствии со стандартами качества жизни. Следующей целью является поддержка отечественного изготовителя современных строительных конструкций. По замыслу, предусматривается сооружение объемно-модульного здания размером 10X10; 10x15 метров и т.п., что дает общую полезную площадь от 100 и более кв. метров. Применение технологии малозаглубленного фундамента и монтаж инженерных коммуникаций по современным технологиям в своей совокупности позволяют заказчику значительно сэкономить денежные средства и время от момента начала строительства до ввода здания в эксплуатацию. Применение энергосберегающих технологий, а при необходимости, использование замкнутого цикла водоснабжения, также позволяют в процессе эксплуатации уменьшить расходы по содержанию и обслуживанию здания. Процесс строительства здания предусматривает срок в 30 календарных дней, с учетом внутренней отделки помещений. При возникновении необходимости увеличения полезной площади здания, допускается возведение дополнительной пристройки. Ещё одним преимуществом объемно-модульных зданий, предназначенных для нужд предприятий бытового обслуживания, являются конструктивные особенности, повышающие его мобильность, что при необходимости, позволяет в сжатые сроки демонтировать всю конструкцию и переместить в другое место. Это преимущество приобретает особое значение в условиях мегаполисов, в которых имеется явный дефицит свободных земельных участков. Для разрешения этой проблемы РАМС предлагает необычное

решение - размещать объемно-модульные здания для предприятий бытовых услуг на плоских крышах технических строений и даже - жилых домов. Такое размещение является непривычным, однако, в тоже время оно позволяет решить проблему дефицита свободных площадей в жилых массивах и, тем самым, предоставлять услуги в режиме шаговой доступности. По мнению экспертов, в условиях Российской Федерации, объемно - модульное домостроение является наиболее оптимальным видом малоэтажного промышленного строительства [86, 237, 397].

По мнению автора диссертации строительство малоэтажных мультисервисов в крупных городах, где цена земли чрезвычайно высока, экономически неоправданно. Комплексность предоставления услуг потребителю при размещении бытовых мультисервисов в торгово-развлекательных комплексах существенно выше.

3.3. Сетевая модель координации межорганизационных взаимодействий при создании системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе

«Построение модели менеджмента качества базируется на следующей системе принципов:

«- принцип ориентации на потребителя предполагает изучение потребностей (запросов) потребителей, их интересов и покупательной способности. Данный принцип предполагает разработку стратегии качества услуг, основанной на опережающем знании интересов потребителей» [94, 104, 131, 307, 324];

«- принцип лидерства руководителя означает, что стратегия качества формируется при определяющей роли руководителя в принятии основополагающих решений» [36, 139, 307];

«- принцип вовлечения работников требует участия каждого из сотрудников фирмы в создании качественной услуги на всех этапах его жизненного цикла» [101, 191, 307, 389];

«- принцип процессного подхода устанавливает, что желаемый результат более эффективен, когда деятельностью по созданию услуги и соответствующими ресурсами управляют как процессом» [42, 87, 224, 307].

«- принцип системного подхода к менеджменту означает, что результативность и эффективность оказания услуг достигается за счет подхода к менеджменту как к менеджменту взаимосвязанных процессов» [80, 166, 307, 375];

«- принцип постоянного улучшения требует рассматривать непрерывное совершенствование деятельности фирмы как неизменную ее цель» [187, 307, 390];

«- принцип принятия решений, основанных на фактах, задает ориентацию на поиск эффективного решения на основе привлечения фактов, статистики, использования обоснованных методов анализа» [289, 307, 351];

«- принцип взаимовыгодных отношений с поставщиками гласит, что фирма и ее поставщики взаимозависимы, и отношения взаимной выгоды повышают способность обеих сторон создавать ценности» [111, 291, 307].

Для построения модели координации межорганизационных взаимодействий при создании системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе автором была использована методология сетевого планирования [89, 109, 132].

Описанная ранее специфика системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе определяет потенциальную эффективность использования методологии сетевого планирования для построения модели координации межорганизационных взаимодействий [89, 109, 132].

Первичным этапом данной методологии является определение содержания работ, необходимых для организации системы менеджмента качества. В соответствии с представленной на рисунке 3.1.2 схемой взаимодействий между региональными, муниципальными органами власти и предпринимателями можно определить следующее содержание работ при создании бытового мультисервиса как организационной формы объединения предпринимателей для обеспечения качественных бытовых услуг:

- Разработка положения о бытовом мультисервисе. Данная работа является первичной, и алгоритмически ее границы могут быть обозначены как 1 и 2.
- Определение состава членов бытового мультисервиса. Данная работа является параллельной по отношению к предыдущему и ее границы могут быть обозначены как 3 и 4.
- Создание системы менеджмента качества каждым членом бытового мультисервиса. Границы данной работы могут быть обозначены как 5 и 6.
- Разработка регламента контроля качества услуг бытового мультисервиса. Данная работа является следствием создания системы менеджмента качества каждым членом бытового мультисервиса, в связи с чем границы данной работы могут быть обозначены как 6 и 7.
- Создание комиссии по контролю качества услуг бытового мультисервиса. Данный этап является частным в рамках создания системы менеджмента качества каждым членом бытового мультисервиса, следовательно, его границы могут быть обозначены как 8 и 6.

- Разработка регламента оказания услуг социально незащищенным группам населения. Границы данной работы могут быть обозначены как 9 и 10.
- Разработка мер дисциплинарного воздействия на нарушителей регламента контроля качества. Границы данной работы могут быть обозначены как 11 и 12.
- Прекращение деятельности предприятий бытового обслуживания, оказывающих некачественные услуги, в соответствии с положением о бытовом мультисервисе. Данная работа является следствием разработки мер дисциплинарного воздействия на нарушителей регламента контроля качества, в связи с чем границы данной работы могут быть обозначены как 12 и 13.
- Создание координационного совета членов бытового мультисервиса. Данная работа базируется на сформированном составе членов бытового мультисервиса, в связи с чем его границы могут быть обозначены как 4 и 13.
- Разработка правил производственной безопасности оказания бытовых услуг членами бытового мультисервиса. Границы данной работы могут быть обозначены как 14 и 15.
- Разработка правил санитарно-гигиенической безопасности оказания бытовых услуг. Границы данной работы могут быть обозначены как 16 и 17.
- Разработка условий предоставления скидок постоянным клиентам. Границы данной работы могут быть обозначены как 18 и 19.
- Проведение анкетирования потребителей. Границы данной работы могут быть обозначены как 20 и 21.

- Разработка мероприятий по предупреждению жалоб потребителей членами бытового мультисервиса. Границы данной работы могут быть обозначены как 22 и 23.
- Разработка мероприятий по предотвращению жалоб на бытовые услуги. Границы данной работы могут быть обозначены как 24 и 25.
- Разработка программы бытового мультисервиса как центра высокого качества услуг. Границы данной работы могут быть обозначены как 26 и 27.
- Оказание бытовых услуг новым потребителям. Данная работа является следствием разработки программы бытового мультисервиса как центра высокого качества услуг, в связи с чем границы данной работы могут быть обозначены как 27 и 28.
- Оказание бытовых услуг членами мультисервиса постоянным клиентам. Данная работа является следствием разработки условий предоставления скидок постоянным клиентам, в связи с чем границы данной работы могут быть обозначены как 19 и 28

Системная интеграция приведенных работ позволяет сформировать универсальную сетевую модель создания системы менеджмента качества в мультисервисе. Визуализация данной сетевой модели представлена на рисунке 3.3.1.



Рисунок 3.3.1 – Сетевая модель создания системы менеджмента качества в мультисервисе

Следующим этапом методология сетевого планирования является оценка параметров времени, выделенных в рамках сетевой модель создания системы менеджмента качества, работ. В рамках данного исследования для целей реализации данного этапа был выбран экспертных подход. Экспертами в данном случае выступали собственники торгово-развлекательного комплекса. Экспертам предлагалось присвоить каждой из выделенных работ пессимистическую и оптимистическую оценку потенциального времени реализации. Для целей формирования ожидаемой оценки присвоенные экспертами пессимистическая и оптимистическая оценки усреднялись и корректировались на натуральный логарифм от сформированного временного разрыва. Данная корректировка обусловлена относительным приращением риска повышения ожидаемого времени при снижении уровня уверенности экспертов, косвенным признаком чего является повышение разрыва между пессимистической и оптимистической

оценкой [133]. Таким образом, ожидаемая оценка времени реализации работ может быть определена в соответствии со следующей формулой:

$$T_i = (1 - k_i) * T_{i_{min}} + k_i * T_{i_{max}}$$

Где:

$$k_i = \frac{(\ln T_{i_{max}} - T_{i_{min}}) - (\ln T_{min_{max}} - T_{min_{min}})}{(\ln T_{max_{max}} - T_{max_{min}}) - (\ln T_{min_{max}} - T_{min_{min}})}$$

Где:

- T_i – ожидаемая оценка времени реализации работы i .
- k_i – коэффициент риска временного разрыва реализации работы i .
- $T_{i_{max}}$ – оптимистическая оценка времени реализации работы i .
- $T_{i_{min}}$ – пессимистическая оценка времени реализации работы i .
- $T_{max_{max}}$ – максимальная оптимистическая оценка времени реализации работ.
- $T_{min_{max}}$ – минимальная оптимистическая оценка времени реализации работ.
- $T_{min_{min}}$ – минимальная пессимистическая оценка времени реализации работ.
- $T_{max_{min}}$ – максимальная пессимистическая оценка времени реализации работ.

Расчеты критического пути проводились на основе предположения, что продолжительность работ по созданию системы менеджмента качества не превысит 5 месяцев. Для конкретизации был принят период с 01.08.2020 по 31.12.2020, что составляет 153 дня. Экспертные оценки времени продолжительности работ представлены в таблице 3.3.1.

Таблица 3.3.1 – Экспертная оценка продолжительности работ

Коды работ	Оптимистическая оценка времени (дни)	Пессимистическая оценка времени (дни)
1-2	3	4
3-4	3	5
4-13	9	32
5-6	13	31
8-6	9	18
6-7	17	42
9-10	6	7
11-12	3	5
12-13	8	32
14-15	3	4
16-17	3	4
18-19	2	5
19-28	9	31
20-21	9	31
22-23	8	16
24-25	5	7
26-27	2	5
27-28	8	32

Как можно судить по данным, представленным в таблице, временной разрыв значительно дифференцирован, в связи с чем оценка ожидаемая оценка времени реализации работ в большей степени стремится к пессимистическим значениям. Ожидаемая оценка времени работ представлены на рисунке 3.3.2.

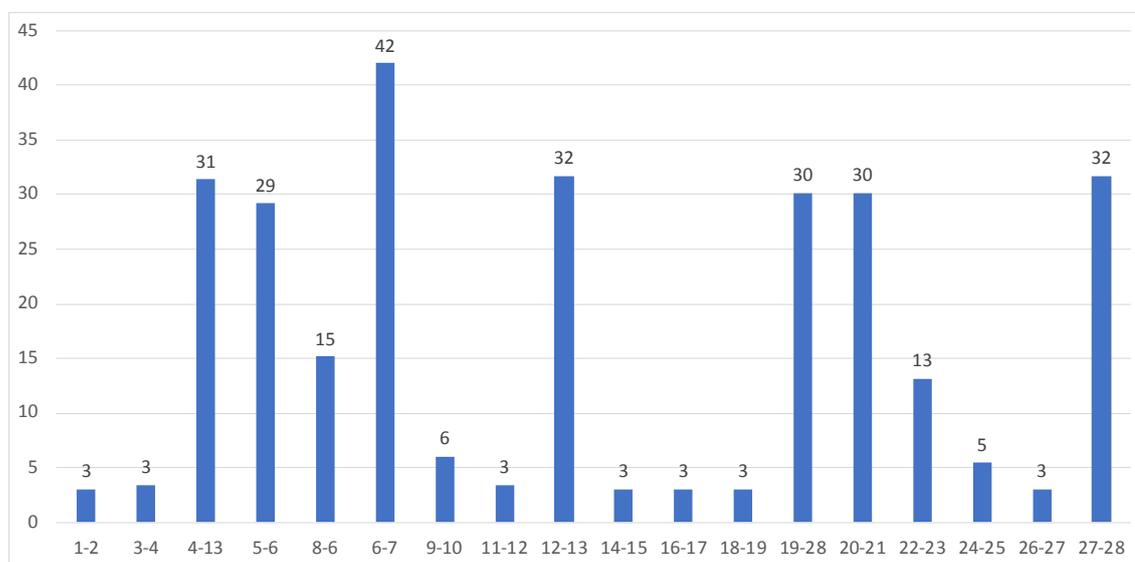


Рисунок 3.3.2 – Ожидаемая оценка времени работ

Параметры сетевой модели рассчитывались в соответствии со стандартным алгоритмом. Ранний возможный срок наступлений событий (T_i^p) – это минимальный из возможных моментов наступления данного события при заданных продолжительностях работ и начальном моменте без учета директивного срока завершения комплекса работ [133]. Результаты расчета данного параметра представлены в таблице 3.3.2.

Таблица 3.3.2 – Ранний срок наступления событий

Коды работ		Ожидаемая продолжительность работы (дни)	Ранний срок наступления (дни)
Работа i	Работа j		
0	1	0	0
1	2	3	3
0	3	0	0
3	4	3	3
0	5	0	0
5	6	29	15
8	6	15	
6	7	42	67
0	8	0	0
0	9	0	0
9	10	6	67
7	10	0	
0	11	0	0
11	12	3	67
10	12	0	
0	14	0	0
16	17	3	3
15	17	0	
0	18	0	0
20	21	30	30
0	22	0	0
22	23	13	13
0	24	0	0
24	25	5	5
21	25	0	
23	25	0	
0	26	0	0
26	27	3	3
4	13	31	93
12	13	32	
19	28	30	35
27	28	32	
13	29	0	93
28	29	0	

Поздний допустимый срок наступления ($T_i^П$) – это максимальный из допустимых моментов наступления данного события, при котором еще возможно выполнение всех последующих работ с соблюдением раннего срока наступления завершающего события (или с соблюдением директивного срока, если он задан). Результаты расчета данного параметра представлены в таблице 3.3.3.

Таблица 3.3.3 – Поздний срок наступления событий

Коды выходящих работ		Ожидаемая продолжительность работы (дни)	Поздний срок наступления (дни)
Работа j	Работа г		
29			93
28	29	0	93
27	28	32	61
26	27	3	58
25	27	0	52
24	25	5	47
23	25	0	52
22	23	13	39
21	25	0	52
20	21	21	31
19	28	21	52
18	19	3	49
17	19	0	52
16	17	3	49
15	17	0	52
14	15	3	46
13	29	0	93
12	13	32	61
11	12	3	58
10	12	0	61
9	10	6	55
8	6	15	12
7	10	0	61
6	7	42	34
5	6	29	0
4	13	31	61
3	4	3	58
2	4	0	58
1	2	3	55
0	1	0	0
	3	0	
	5	0	
	8	0	
	9	0	
	11	0	
	14	0	
16	0		

	18	0
	20	0
	22	0
	24	0
	26	0

В соответствии с выполненными расчетами критическое время, равное раннему сроку наступления завершающего события, составляет 93 дня. Оптимизация сетевой модели в данном случае не требуется, так как критическое время составляет 93 дня, в то время как директивное время, за которое должен быть полностью выполнен весь комплекс работ по созданию менеджменту качества, составляет 153 дня.

В завершении необходимо определить критический путь по созданию системы менеджмента качества и параметры сетевой модели. В соответствии с графом, представленным на рисунке 3.3.1, критический путь образует следующая совокупность работ:

- Создание системы менеджмента качества каждым членом бытового мультисервиса. Как было определено ранее, границы данной работы могут быть обозначены как 5 и 6.
- Разработка регламента контроля качества. Границы данной работы могут быть обозначены как 6 и 7.
- Прекращение деятельности предприятий бытового обслуживания, в соответствии с положением о бытовом мультисервисе. Границы данной работы могут быть обозначены как 12 и 13.

Таблица 3.3.4 - Параметры сетевой модели

Коды работ	t_{ij}	$t_{ij}^{(p.n.)}$	$t_{ij}^{(p.o.)}$	$t_{ij}^{n.n.}$	$t_{ij}^{n.o.}$	$r_{ij}^{(n)}$	$r_{ij}^{(c)}$
1	1	3	4	5	6	7	8
1-2	3	0	3	55	58	55	0
3-4	3	0	3	58	61	58	0
4-13	31	3	34	58	89	55	35
5-6	29	0	29	0	29	0	0
8-6	15	0	15	15	30	15	10
6-7	42	14	56	14	56	0	0

9-10	6	0	6	55	61	55	55
11-12	3	0	3	58	61	58	58
12-13	32	61	93	61	93	0	0
14-15	3	0	3	46	49	46	0
16-17	3	0	3	49	52	49	0
18-19	3	0	3	49	52	49	0
19-28	30	3	33	52	82	49	0
20-21	30	0	30	31	61	31	0
22-23	13	0	13	39	52	39	0
24-25	5	0	5	47	52	47	17
26-27	3	0	3	58	61	58	0
27-28	32	3	35	61	93	58	0

t_{ij} – ожидаемая оценка продолжительностей работ; $t_{ij}^{(p.n.)}$ – ранний срок начала работ; $t_{ij}^{(p.n.)} = T_i^p$; $t_{ij}^{(p.o.)}$ – ранний срок окончания работы; $t_{ij}^{(p.o.)} = T_i^p + t_{ij}$; $t_{ij}^{п.о.}$ – поздний срок окончания работ; $t_{ij}^{п.о.} = T_j^п$; $t_{ij}^{п.н.}$ – поздний срок начала работ; $t_{ij}^{п.н.} = T_j^п - t_{ij}$; $r_{ij}^{(п)}$ – полный резерв времени работы; $r_{ij}^{(п)} = T_j^п - T_i^p - t_{ij}$; $r_{ij}^{(c)}$ – свободный резерв времени работы; $r_{ij}^{(c)} = T_j^п - T_i^p - t_{ij}$.

Следовательно, данные организационные аспекты деятельности бытового мультисервиса должны быть учтены в договоре аренды, заключаемом между собственником ТРК и предпринимателями, оказывающими бытовые услуги. В раздел договора «Обязанности арендатора» целесообразно включить следующие условия:

- Арендатор обязуется разработать систему менеджмента качества бытовых услуг.
- Арендатор обязуется вступить в члены координационного совета бытового мультисервиса и выполнять все требования регламента контроля качества бытового мультисервиса.

В раздел «Особые условия» целесообразно включить следующее условие: «Действия арендного договора прекращается досрочно в случае получения арендодателем представления комиссии по контролю качества бытового мультисервиса».

Выводы к главе 3

Бытовые услуги относятся к социально значимым видам услуг, однако их потребление группой населения с наиболее высокими доходами в России растет быстрее, чем группой наименее обеспеченного населения. Поэтому среди приоритетных задач органов территориального управления является стимулирование развития тех форм предпринимательской деятельности, которые обеспечивают предоставление бытовых услуг, удовлетворяющих наименее обеспеченные слои населения по соотношению цена/качество. Для этого необходимо как развитие конкуренции среди предпринимателей, так и создание условий для постоянного контроля качества, удовлетворения жалоб потребителей и их предотвращения.

Проблемы качества бытовых услуг, отмеченные экспертами, могут быть решены на основе объединения предпринимателей в саморегулируемые организации по каждому профилю бытовых услуг, взаимодействующие с администрациями муниципальных округов. Представляется целесообразным организовать в субъекте федерации десять СРО по направлениям бытовых услуг, каждая из которых возглавляется координационным советом, разрабатывающим и выносящим на утверждение общим собранием членов СРО стандарты профессиональной деятельности и стандарты оказания бытовой услуги.

В состав функций Координационного совета СРО целесообразно включить также решение проблем инфраструктурного обслуживания предпринимателей, а именно:

- формирование систематических взаимодействий с учреждениями начального, среднего и высшего профессионального образования;
- организация рекламной кампании, выставок, ярмарок;
- содействие в организации проектирования объектов БОН;

- логистической обеспечение деятельности предприятий БОН.

Члены СРО обязаны разрабатывать и реализовывать политику качества, основные элементы которой разработаны автором на основании требований ГОСТ 50691-2013. «Модель обеспечения качества услуг» [17].

В крупных городах качества жизни населения и цена жилья, в числе прочих факторов, зависит от уровня развития социально-бытовой инфраструктуры. Перспективной организационной формой предоставления бытовых услуг является «бытовой мультисервис – это многопрофильный комплекс предприятий или индивидуальных предпринимателей, оказывающих бытовые услуги населения и располагающихся в пределах шаговой доступности друг от друга» [106]. Автор диссертационного исследования считает «целесообразным размещение бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательных комплексов, имеющих подземные паркинги (что необходимо для размещения автосервиса)» [106]. Мультисервисное предприятие позволяет осуществлять предпринимательскую деятельность с меньшими издержками. Оформление бытового мультисервиса как ассоциации, основанной на добровольном членстве, с обязательствами его участников относительно соблюдения стандартов и регламентов качества, создает потенциальные условия для повышения бытовых услуг.

«Размещение бытового мультисервиса на площадях торгово-развлекательных комплексов имеет, по мнению автора диссертационного исследования следующие преимущества:

- население региона получает возможность одновременного доступа к широкому ассортименту услуг: бытовых, торговых, развлекательных туристских и пр.;

- увеличивается проходимость ателье, салонов и приемных пунктов предприятий бытового обслуживания, торговых точек за счет высокой посещаемости торгово-развлекательных комплексов;

- владельцы малых предприятий бытового обслуживания и индивидуальные предприниматели, оказывающие бытовые услуги и являющиеся членами бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательного комплекса» [106].

Членство в координационном совете арендаторов-предприятий БОН является обязательным и должно быть включено в условия арендного договора. Высокое качество предоставления бытовых услуг, так же, как и их комплексность соответствует интересам арендодателя – собственника помещений торгово-развлекательного комплекса, поскольку оно способствует увеличению количества посещений, росту доходов арендаторов и, вследствие этого, создает возможность бесперебойного поступления арендной платы.

Автором разработана сетевая модель координации межорганизационных взаимодействий при создании системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе, реализация которой позволила выделить критический путь и установить обязательные требования к арендному договору между собственником торгово-развлекательным комплексом, на территории которого предполагается создание бытового мультисервиса, и предпринимателями – арендаторами, оказывающими бытовые услуги населению.

Заключение

Характер потребляемых человеком услуг связан с его психологической характеристикой. «Можно выделить три психологических категории человека: индивид, субъект и личность. Индивидуальные проявления человека направлены на удовлетворение его первичных (физиологических) потребностей в услугах, субъектные – вторичных (психолого-социальных) и личностные – третичных (культурно-духовных) потребностей в услугах» [202]. Потребности первого и второго уровней являются потребностями индивида, третьего и четвертого уровней – потребностями субъекта, пятого и шестого уровней - потребностями личности. «Потребности индивида предшествуют потребностям субъекта и личности. Отсюда следует, что бытовые услуги призваны удовлетворять основные, базовые потребности индивида, субъекта и личности, т.е. на всех стадиях жизненного цикла и развития человека» .

Бытовое обслуживание населения представляет собой деятельность бытовых служб по оказанию ремонтных и профилактических услуг и работ, услуг и работ по изготовлению предметов, вещей, объектов по индивидуальным заказам, услуг и работ, связанных с личной гигиеной, оздоровлением и формированием индивидуального образа человека, а также удовлетворением иных потребностей, возникающих в бытовой среде обитания человека.

Бытовая услуга представляет собой результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению бытовых потребностей потребителя (потребностей первого уровня).

Эффективная деятельность предприятий БОН предполагает достижение целевого соотношения результатов и затрат, обеспечивающего желаемый

собственником уровень рентабельности производства бытовых услуг. Это предполагает оказание максимально возможного объема бытовых услуг, совокупность характеристик которых полностью удовлетворяет установленные и предполагаемые потребности потребителя, при минимальных затратах на достижение удовлетворенности потребителя. Отсюда следует противоречие интересов потребителя и производителя бытовых услуг при их взаимодействии при оказании/получении услуги, заключающееся в стремлении производителя минимизировать затраты на оказание услуги при ожиданиях потребителя, определяемых его стремлением получить максимальный объем и качество услуги при ее минимальной стоимости. Под качеством бытовой услуги понимается совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Сложившаяся ситуация на рынке бытовых услуг населению Российской Федерации характеризуется уменьшением их потребления (в сопоставимых ценах), что ведет к росту конкуренции между предпринимателями, оказывающими бытовые услуги населению, поскольку предпринимательская активность в бытовом обслуживании населения растет. Об этом свидетельствует рост количества хозяйствующих субъектов в городах и сельской местности, а также расширение сети приемных пунктов предприятий БОН.

Анализ показал, что не только экономический кризис стал причиной снижения объема рынка. Некоторые отрасли бытового обслуживания, такие как услуги прачечных или ремонт и пошив одежды демонстрировали спад на протяжении ряда лет. Другие – ремонт бытовой и радиоэлектронной аппаратуры, ремонт и пошив обуви – имели небольшие спорадические подъемы, которые переходили в спад даже в благополучные с точки зрения макроэкономических показателей годы. Причем разрыв в долях расходов на

бытовые услуги между беднейшими и наиболее состоятельными домохозяйствами со временем возрастает. Отсюда следует необходимость «разработки мер, способствующих удовлетворения спроса на услуги, соответствующих ожиданиям потребителей по соотношению цена/качество, особенно на услуги первой необходимости, на услуги невысокой стоимости, на услуги, которые могут быть наиболее востребованными в период кризиса, когда у значительной части населения доходы уменьшаются» [348].

Во многих субъектах федерации приняты региональные программы, направленные на повышение качества бытовых услуг населению, в муниципальных образованиях действуют структурные подразделения по защите прав потребителей, однако количество жалоб на качество бытовых услуг существенно меньше, чем количество жалоб на качество товаров и жилищно-коммунальных услуг, работают телефоны «горячей линии», общественные приемные, средства массовой информации публикуют материалы о защите прав потребителей услуг, разработаны критерии категоричности предприятий бытового обслуживания.

Подавляющее большинство методов оценки качества услуг основаны на субъективных факторах, связанных с ожиданиями потребителя и его фактическими впечатлениями, удовлетворенностью от получения услуги. Расхождение между желаемой и фактической оценкой услуги и является оценкой ее качества потребителем.

Оценка качества услуги ее производителем производится на основе оценки ее соответствия ряду критериев, установленных законодательно либо на основе корпоративных стандартов. Несоответствие фактических характеристик бытовой услуги ожиданиям потребителя может возникать вследствие действия технических, организационных, экономических и социальных факторов. Организационные факторы проявляются при

использовании неэффективных методов организации производства и контроля качества услуг, низкой трудовой и производственной дисциплине персонала, игнорировании возможностей современных форм организации бизнеса, отсутствии системы менеджмента качества.

Экономические факторы проявляются при нерациональной ценовой политике, неэффективной системе оплаты труда, низком качестве планово-учетной работы персонала предприятия БОН.

Социальные факторы обусловлены организационной культурой предприятия БОН, неэффективными методами подбора и адаптации персонала, неэффективной политикой планирования карьеры персонала

Наибольшую известность среди теоретиков и практиков получили такие модели оценки качества услуг, как анализ зоны толерантности, модели GAP, и SERVQUAL. Данная методика предполагает оценку качества услуги по двадцати двум характеристикам, сгруппированным по пяти главным критериям: осязаемости, надежности, отзывчивости, убежденности и эмпатии.

Проблемы управления качеством услуг предполагают определения и раскрытие сущности понятия качества услуг, их измеримости, природы ожиданий потребителей в отношении получаемой услуги, причин несоответствия оказываемой услуги ожиданиям потребителей, обоснования мероприятий для повышения качества услуг.

Качество услуги формируется в результате выполнения определенных этапов технологического процесса. Для контроля его соблюдения являются контрольные карты, разработанные еще в двадцатых годах XX века и применяемые для сферы материального производства. Автором диссертационного исследования обоснована возможность использования контрольных карт для управления качеством бытовых услуг.

Контрольные карты позволяют выявить результаты, которые выходят за границы предельных значений параметров качества услуги. В контрольной карте представляются результаты исследования качества услуг в декартовой системе координат, где параллельно оси ординат выделяются нижняя и нижняя предупреждающая границы регулирования, центральная линия, верхняя предупреждающая и верхняя границы регулирования. Данные характеристики контрольной карты могут быть полезны для оперативного регулирования контроля качества бытовых услуг. Их использование возможно в том случае, если предприятие БОН осуществляет постоянный мониторинг качества услуг и оценку коэффициента качества. Эта работа имеет социальное значение, поскольку, в отличие от принятой в странах с развитой рыночной экономикой практики, россияне не склонны отстаивать свои интересы в суде при получении ими некачественных услуг.

Анализ результатов интервьюирования потребителей бытовых услуг и источников данных показал практическое отсутствие исков по взысканию материального и морального ущерба от потребления некачественных бытовых услуг. В числе прочих факторов это обусловлено высокой стоимостью услуг юридического сопровождения исков.

В экономической литературе выделяется три жизненных стадии формирования качества услуги: задание нормы, метрологическую оценку нормы и подтверждение соответствия независимыми экспертами. Инструментами при таком подходе являются стандартизация, метрология и сертификация, которые являются необходимым инструментальным оснащением предприятия бытового обслуживания, обеспечивающим внутриорганизационные условия повышения качества бытовых услуг.

Большое значение для совершенствования процесса управления качеством бытовых услуг имеет состояние инфраструктуры бытового обслуживания населения, которая была достаточно развита в советский

период развития России. «К настоящему времени лишь немногие составные элементы инфраструктуры отрасли сохранились с начала 90-х годов (например, система подготовки кадров). Отдельные элементы отраслевой инфраструктуры трансформировались в новые, более соответствующие требованиям рыночной экономики отраслевые образования (это характерно, прежде всего, для системы поставок). Ряд составляющих отраслевой инфраструктуры (реклама и полиграфическое обслуживание) заменены специализированными хозяйствующими субъектами и реализуются для хозяйствующих субъектов сферы бытовых услуг на общих основаниях. Некоторые составляющие отраслевой инфраструктуры (например, проектирование) формально сохранились, однако реально свои функции не выполняют. И, наконец, такие составляющие отраслевой инфраструктуры как информационное обслуживание и производственная база распались практически полностью; последнее замещается импортными поставками» [181].

В условиях значительного ослабления централизованного руководства отраслю (в начале 200-х годов) были созданы различные объединения предприятий бытового обслуживания, которые частично решают проблемы инфраструктурного обеспечения деятельности предприятий бытового обслуживания.

Бытовые услуги относятся к социально значимым видам услуг, однако их потребление группой населения с наиболее высокими доходами в России растет быстрее, чем группой наименее обеспеченного населения. Поэтому среди приоритетных задач органов территориального управления является стимулирование развития тех форм предпринимательской деятельности, которая обеспечивает предоставление бытовых услуг, удовлетворяющих наименее обеспеченные слои населения по соотношению цена/качество. Для этого необходимо как развитие конкуренции среди предпринимателей,

так и создание условий для постоянного контроля качества, удовлетворения жалоб потребителей и их предотвращения.

Проблемы качества бытовых услуг, отмеченные экспертами, могут быть решены на основе объединения предпринимателей в саморегулируемые организации по каждому профилю бытовых услуг, взаимодействующих с администрациями муниципальных округов. Представляется целесообразным организовать в субъекте федерации десять СРО по направлениям бытовых услуг, каждая из которых возглавляется координационным советом, разрабатывающим и выносящим на утверждение общим собранием членов СРО стандарты профессиональной деятельности и стандарты оказания бытовой услуги.

В состав функций Координационного совета СРО целесообразно включить также решение проблем инфраструктурного обслуживания предпринимателей, а именно:

- формирование систематических взаимодействий с учреждениями начального, среднего и высшего профессионального образования;
- организацию рекламной кампании, выставок, ярмарок;
- содействие в организации проектирования объектов БОН;
- логистическое обеспечение деятельности предприятий БОН.

Члены СРО обязаны разрабатывать и реализовывать политику качества, основные элементы которой разработаны автором на основании требований ГОСТ Р 50691-2013. Модель обеспечения качества услуг» [17].

В крупных городах качества жизни населения и цена жилья, в числе прочих факторов, зависит от уровня развития социально-бытовой инфраструктуры. Перспективной организационной формой предоставления бытовых услуг является бытовая мультисервис – это многопрофильный комплекс предприятий или индивидуальных предпринимателей, оказывающих бытовые услуги населению и располагающихся в пределах

шаговой доступности друг от друга. Автор диссертационного исследования считает целесообразным размещение бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательных комплексов, имеющих подземные паркинги (что необходимо для размещения автосервиса). Мультисервисное предприятие позволяет осуществлять предпринимательскую деятельность с меньшими издержками. Оформление бытового мультисервиса как ассоциации, основанной на добровольном членстве, с обязательствами его участников относительно соблюдения стандартов и регламентов качества, создает потенциальные условия для повышения бытовых услуг.

«Размещение бытового мультисервиса на площадях торгово-развлекательных комплексов имеет, по мнению автора диссертационного исследования следующие преимущества:

- население региона получает возможность одновременного доступа к широкому ассортименту услуг: бытовых, торговых, развлекательных туристских и пр.;

- увеличивается проходимость ателье, салонов и приемных пунктов предприятий бытового обслуживания, торговых точек за счет высокой посещаемости торгово-развлекательных комплексов;

- владельцы малых предприятий бытового обслуживания и индивидуальные предприниматели, оказывающие бытовые услуги и являющиеся членами бытового мультисервиса на территории торгово-развлекательного комплекса» [106].

Членство в координационном совете арендаторов-предприятий БОН является обязательным и должно быть включено в условия арендного договора. Высокое качество предоставления бытовых услуг, так же, как и их комплексность соответствует интересам арендодателя – собственника помещений торгово-развлекательного комплекса, поскольку оно способствует увеличению количества посещений, росту доходов

арендаторов и, вследствие этого, создает возможность бесперебойного поступления арендной платы.

Автором разработана сетевая модель координации межорганизационных взаимодействий при создании системы менеджмента качества бытовых услуг в мультисервисе, реализация которой позволила выделить критический путь и установить обязательные требования к арендному договору между собственником торгово-развлекательного комплекса, на территории которого предполагается создание бытового мультисервиса, и предпринимателями – арендаторами, оказывающими бытовые услуги населению.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 03.07.2016 N 248-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200493/3d0cac60971a511280cbba229d9b6329c07731f7/#dst100020 (Дата доступа 04.02.2020)..

2. Федеральный закон от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (Дата доступа 04.02.2020)..

3. Федеральный закон Российской Федерации от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» [Электронный ресурс]. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/ (Дата доступа 04.02.2020)..

4. Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007 N 315-ФЗ.

5. Закон Санкт-Петербурга «О социальном обслуживании населения в Санкт-Петербурге» (с изменениями на 4 июля 2019 года) (редакция, действующая с 1 октября 2019 года) (Принят Законодательным Собранием Санкт-Петербурга 24 декабря 2014 года).

6. Постановление Правительства РФ от 21 сентября 2020 г. № 1514 «Об утверждении Правил бытового обслуживания населения» [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/565879774> (Дата доступа 14.03.2020)..

7. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 О

национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года.

8. Постановление Администрации Томской области от 08.07.2008 N 140а "Об утверждении Положения о классификации объектов бытового обслуживания Томской области на категории качества".

9. Постановление Правительства Российской Федерации Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (с изменениями на 24 апреля 2018 года № 501).

10. Постановление Правительства Москвы от 20 января 2009 г. N 25-ПП «О совершенствовании комплексного обслуживания населения в сфере потребительского рынка и услуг в городе Москве».

11. Концепция совершенствования механизмов саморегулирования (утв. распоряжением Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 2376-р).

12. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 10 мая 2016 г. n 1471 Об утверждении собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности "Бытовые услуги" к Общероссийскому Классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД2) ОК 029-2014 (КДЕС РЕД. 2) и собирательной классификационной группировки продукции (товаров и услуг) "Бытовые услуги" к Общероссийскому Классификатору продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008)

13. Приказ Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга от 18.09.2017 № 88-п «Об утверждении перечней правовых актов и их отдельных частей (положений), содержащих обязательные требования, соблюдение которых оценивается при

проведении мероприятий по контролю в рамках исполнения Комитетом по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт - Петербурга функций государственного регионального контроля».

14. Приказ "Об организации деятельности технического комитета по стандартизации «Бытовое обслуживание населения» от 25 июля 2017 года N 1617.

15. Об утверждении Правил оказания услуг (выполнения работ) по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств (с изменениями на 31 января 2017 года) (Принято постановлением Правительства РФ от 11 апреля 2001 года № 290).

16. ГОСТ Р 57137-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Бытовое обслуживание населения. Термины и определения" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 11.10.2016 N 1356-ст).

17. ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 6.09.2013 № 875-ст).

18. ГОСТ Р 55700-2013 Национальный Стандарт Российской Федерации. Услуги бытовые. Косметический татуаж. Общие требования. (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 ноября 2013 г. N 1349-ст)

19. ГОСТ Р 55317-2012. Национальный Стандарт Российской Федерации .Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения. (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1597-ст)

20. ГОСТ Р 52492-2005 Национальный Стандарт Российской Федерации.

Услуги бытовые. Социальные нормы и нормативы к услугам. Общие требования. (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 декабря 2005).

21. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 06 ноября 2014 г. N 1482-ст).

22. ГОСТ Р 52142-2013 Социальное обслуживание населения. Качество социальных услуг. Общие положения (Переиздание) (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 17 октября 2013 г. № 1179-ст).

23. ГОСТ Р 53422-2009 Услуги бытовые. Ремонт и изготовление металлоизделий. Общие технические условия (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 3 ноября 2009 г. № 494-ст).

24. ГОСТ Р 30592-2014 Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание холодильных приборов. Технические условия (принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 28 марта 2014 г. N 65-П).

25. ГОСТ Р 50936-2013 Услуги бытовые. Ремонт, установка и техническое обслуживание радиоэлектронной аппаратуры. Общие технические условия (Переиздание) (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 ноября 2013 г. N 1347-ст)

26. ГОСТ 30589-97. Услуги бытовые. Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры. Общие технические

условия (с Изменением N 1) (Утвержден и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 22 августа 1996 г. № 534).

27. ГОСТ Р 50938-2013 Услуги бытовые. Ремонт, установка и техническое обслуживание электрических машин и приборов. Общие технические условия (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 ноября 2013 г. N 1348-ст)

28. ГОСТ Р 51660-2000 Услуги бытовые. Услуги по ремонту обуви. Общие технические условия (с Изменением N 1) (Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 1 ноября 2000 года № 284-ст).

29. ГОСТ Р 52059-2018 Услуги бытовые. Услуги по ремонту и строительству жилья и других построек. Общие технические условия (Принят и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 августа 2018 г. N469-ст).

30. ГОСТ Р 51306-99 Услуги бытовые. Услуги по ремонту и пошиву швейных изделий. Общие технические условия (Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 12 августа 1999 г. № 246-ст).

31. ГОСТ Р 51142-2019 Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические условия (Принят и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 марта 2019 г. N 105-ст).

32. ГОСТ Р 1.0-2012 Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения (Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 1 июля 2013).

33. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность. – М.: Аспект-пресс, 2015.- 508 с.

34. Адлер Ю.П., Максимова О.В., Шпер В.Л. Контрольные карты

Шухарта в России и за рубежом: краткий обзор современного состояния (статистические аспекты) // Стандарты и качество. 2011. № 8.

35. Адова И.Б. [и др.]. Формирование новой экономики и кластерные инициативы: теория и практика 2016.

36. Азаренко Н.Ю., Баланюк Л.А. Инновационные технологии в стратегическом управлении предприятием. В сборнике: Актуальные аспекты управления и экономики в современных условиях. Сборник материалов IX Всероссийского молодежного научного форума. 2017. С. 111-114.

37. Акопян Д.В., Суворов И.А. Сравнительный анализ понятий «конкурентоустойчивость» и «конкурентоспособность» организаций сферы услуг // Вестник университета. – 2019. – № 4. – С. 50-54.

38. Албегова И.Ф., Серова Е.А., Шаматонова Г.Л. Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация социальных услуг 2015.

39. Алехина Л.Л. Мониторинг государственных и муниципальных услуг в регионе// Современные проблемы местного самоуправления и экономики территорий / /Л.Л. Алехина, М.Н. Бурцева и др. под общ. ред. Л.В. Плаховой - Орел: Издательство ОрелГИЭТ, ПФ «Картуш»,2017.

40. Алешкина , Ольга Вячеславовна, Эльвира Рафаэлевна Байкова. «Услуги социальной сферы и их реформирование.» Экономика и управление: научно-практический журнал 2 (2018): 31-34.

41. Алоян , Р. М., Л. А. Сеферян, and А. Л. Маилян. «Факторы устойчивого развития жилищного фонда крупного города.» Инженерный вестник Дона 44.1 (44) (2017).

42. Андросюк , А. Б. «Сущность и принципы процессного подхода для управления организацией.» Экономика и бизнес: теория и практика 7 (2019).

43. Антипов Д.В. [и др.]. Методология внедрения современных методов

менеджмента качества для улучшения бизнес-процессов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2016. № 4–1 (18).

44. Аронов А. М., Петров А.Н. Современные проблемы стратегического менеджмента. (2015): 243-243.

45. Аронов И. Стандарты ИСО 9000 в жизни. Рисованный комментарий к ГОСТ Р ИСО 9001-2001 «Системы менеджмента качества. Требования»: нормативный документ / И. Аронов, Л. Штерн. - 2-е изд. - М. : КДУ, 2006. – 124 с.

46. Ассоциация Предприятий Химической чистки и Прачечных Санкт–Петербурга провела собрание [Электронный ресурс]. URL: http://osspb.ru/osnews/associaciya_predpriyatij_himicheskoy_chistki_i_prachechnih_sanktpeterburga_provela_sobranie (Дата доступа 11.03.2020)..

47. Бабурин В.А., Гончарова Н.Л. Финансовые аспекты адаптации инновационных маркетинговых технологий сервисных предприятий в условиях экономического кризиса // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2015. № 1 (31).

48. Баймуратова ЗМ. Роль саморегулируемых организаций в публичном управлении экономикой. Актуальные проблемы административного, финансового и информационного права в России и за рубежом 2020. с. 36-42.

49. Балаева О.Н. Управление организациями сферы услуг 2010.

50. Балдин О. В. «Реализация механизмов коммерческого партнерства как инновационного способа развития сервисных систем.» Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований 10-1 (2017): 122-125.

51. Басс А.Я., Разомасова Е.А. Механизм оценки развития сферы потребительских услуг в крупном городе // Вестник НГУЭУ. 2014. № 1.

52. Батурина Н.А., Лопатина А.Е. Ассортимент и качество бытовых услуг

на потребительском рынке // В сборнике: Актуальные проблемы качества и безопасности потребительских товаров и услуг. Материалы VI Всероссийской заочной научной конференции молодых ученых. Под общей .

53. Батурина Н.А., Петрова Л.А., Покровский Н.В. Исследование деятельности предприятия сервиса по оказанию ремонтно-строительных услуг. // Вестник ОрелГИЭТ. 2019. № 3 (49). С. 104-106.

54. Бахшян Ф.Х., Калашникова А.В. Понятие мотивации персонала и ее значение для предприятий сферы услуг // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 1-1. – С. 205-207.

55. Белов Г.Л. Институциональные основы формирования организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг 2015.

56. Белолипецкая А.Е., Головина Т.А., Полянин А.В. Тенденции управления персоналом в условиях цифровой трансформации экономики и бизнес-процессов // Труд и социальные отношения. 2020. № 4. С. 65-80.

57. Берри Л., Парасурман А., Зейтамль В.А. Повышая качество обслуживания в Америке: уроки усвоены [Электронный ресурс]. URL: <http://quality.eur.ru/MATERIALY6/plusqameri.html> (Дата доступа 10.02.2020)..

58. Берри Л., Селтман К. Клиника Мэйо: менеджмент и сервис мирового уровня // М., Эксмо. 2011.

59. Бесфамильная Л.В., Цыганов А.А. Управление качеством и стандартизация в страховом деле: Учеб. пособие // М.: Издательский центр Государственного университета управления. 2003.

60. Болтенков А. Н. Оценка качества услуг системы потребительской кооперации и направления ее совершенствования : дис. – Белгород : [Белгор. ун-т потребит. кооп.], 2004.

61. Борисенко , Е. И., Анна Ивановна Пахомова. «Тенденции преобразования региональной стратегии развития сферы услуг.» Редколлегия (2017): 68.

62. Боченкова А.В., Акимова Н.А., Соколов А.Ю. Оптимизация процесса контроля качества услуг питания и обслуживания // д-р техн. наук, проф. АА Га жу р канд. техн. наук, доц. ГН Д з ю б а Под редакцией д-ра экон. наук, проф. ВА Ж и д к и х Материалы публикуются в авторской редакции. 2018. С. 292.

63. Булгакова , Л.И. Развитие саморегулирования бизнеса как условие обновления экономики. Сборник трудов конференции Института государства и права РАН. 2017. выпуск 12. номер 3.

64. Булхов Н.А., Пригода С.С. Проблемы фасилити менеджмента в современной российской экономике // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-4 (85). С. 1012-1015.

65. Бурцева Т.А., Лысова Е.А. Особенности управления предприятиями сферы услуг // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9 (64).

66. Бусов , Владимир Иванович. «Оценка эффективности территориальных систем бытового обслуживания населения.» Экономика. Налоги. Право 12.4 (2019).

67. Бычкова , Н. П. «Анализ содержания полномочий местного самоуправления в сфере обслуживания населения.» проблемы эффективного использования научного (2017). С. 68.

68. В Америке потребителей тоже обманывают. Еженедельная Газета Политика и общество. выпуск 64. Москва.

69. В Минэкономразвития полагают, что ключевые функции СРО выполняются не достаточно эффективно [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.all-sro.ru/articles/v-minekonomrazvitiya-polagayut-cto-klyuchevie-fun> (Дата доступа 05.02.2020)..

70. Вапнярская О.И. Ориентация на потребителя: эволюция в рамках маркетинговых концепций // Сервис plus. 2010. № 1.

71. Варнаков Д. В., Афонин М. А. Применение контрольных карт Шухарта в системах измерения параметров // Аграрный научный журнал. 2018. № 2. С. 54—58.

72. Вечернин , Д. С., К. К. Поздняков. «Саморегулирование как фактор повышения эффективности корпоративного управления в компаниях с государственным участием.» Корпоративное управление и новые бизнес-модели: поиск механизмов согласованного развития. 2020. С. 24-29.

73. Власова М.В., Батурина Н.А., Пашкевич Л.А. Мониторинг ассортимента и качества услуг на потребительском рынке // Вестник ОрелГИЭТ. 2020. № 1 (51). С. 109-114.

74. Войнов , А. Е. «Перспективы развития саморегулирования как альтернативы лицензированию предпринимательской деятельности.» вестник магистратуры 12-1 (2020): 36.

75. Волкова А.А. Влияние разработки и реализации государственных программ на повышение эффективности управления предприятиями сферы услуг // В сборнике: Стратегии развития предпринимательства в современных условиях. Сборник научных трудов II международной научно-практической конференции. Под научной редакцией Е.А. Горбашко, В.Г. Шубаевой. 2018. С. 75-78.

76. Волкова А.А., Никитин Ю.А., Плотников В.А. и др. Методы менеджмента, применяемые для повышения эффективности управления организациями сферы услуг // В книге: Экономика и менеджмент в условиях

нелинейной динамики. Санкт-Петербург, 2017. С. 715-731.

77. Волкова А.А., Горшкова Н.М. Особенности функционирования компаний сферы услуг: роль стратегического планирования при организации развития предприятия сферы услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2017. № 1 (23). С. 80-83.

78. Волкова А.А., Никитин Ю.А., Плотников В.А. и др. Теоретические аспекты индикативного управления развитием организаций (на материалах сферы услуг) // В книге: Формирование цифровой экономики и промышленности: новые вызовы . Санкт-Петербург, 2018. С. 84-116.

79. Волкова И.А., Попова А.Ю. Современные проблемы малого и среднего бизнеса в России // Концепт. 2016. № S4.

80. Волконская А. Г., Е. С. Казакова. «Системный подход к бизнес-процессам в управлении предприятием.» Вестник СамГУПС 4 (2018): 37-41.

81. Волосков А.Б. Обобщенная оценка состояния сферы услуг в регионах России // Мир экономики и управления. – 2020. – Т. 20. – № 2. – С. 50-67.

82. Вольковская А.А. Современные вызовы для предприятий сферы услуг // Студенческий вестник. – 2020. – № 44-6 (142). – С. 35-37.

83. Воробьев А.Л., Лукоянов В.А. Статистические методы анализа качества услуг аварийных комиссаров // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016. № 12. С. 44–48.

84. Воробьев А.Л., Лукоянов В.А., Колчина И.В. Оптимизация процесса оказания услуг аварийными комиссарами методом стандартизации на основе анализа процессной модели // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 4 (179).

85. Всероссийская молодежная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы развития управленческой и сервисной деятельности в

цифровой среде». [Электронный ресурс]. URL: <http://conf.ict.nsc.ru/service-economy-2020/ru/> (Дата доступа 11.04.2020).

86. Всероссийский форум по клиентскому сервису. CLIENT SERVICE FORUM 2020. [Электронный ресурс]. URL:<https://interforums.ru/cs20/home> (Дата доступа 11.04.2020).

87. Газизов Ренат Рифович, Екатерина Сергеевна Ладыгина. «Процессный подход к управлению персоналом на производственном предприятии.» Теория и практика общественного развития 6 (2017).

88. Ганченко, Диана Николаевна и др. «Трансформация сферы социально значимых услуг в экономике России.» (2019).

89. Гасанбеков С.К., Лубенец Н.А. Сетевое планирование как инструмент управления проектами // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2014. № 1 (5).

90. Гелашвили Н.Н., Толеубаева А.А. Особенности развития сферы услуг в современной экономике // Вестник современных исследований. – 2019. – № 1.10 (28). – С. 109-112.

91. Герасимов Б.И., Гурова Л.Г. Экономический анализ рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/resource/588/21588/files/gurova.pdf> (Дата доступа 11.06.2020)..

92. Герасимов Б.И. [и др.]. Научно-методические основы развития интегрированных систем менеджмента качества предприятий и организаций // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 4 (144).

93. Герасимова А. А., Бердышев А. В. О тенденциях развития ломбардов в России //E-Scio. – 2018. – №. 12 (27).

94. Герасимова Е.А., Чаплина А.Н. Методика оценки уровня стратегического развития организаций сферы услуг // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2020. – № 9. – С. 196-200.

95. Гибадуллина, Д. Р., and Г. А. Хазиахметова. «Развитие сфер бытового обслуживания в России.» Проблемы социально-экономической устойчивости региона. 2020. С. 74-77.

96. Гильманова А.Р. Методы определения потребительских предпочтений 2017. 11–14 с.

97. Глущенко В. В., Системы менеджмента: руководство и управление качеством. – М., 2006. – 104 с.

98. Гнездилов А.Е., Волкова А.А. Особенности маркетингового исследования потребительского поведения // В сборнике: Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах. Сборник научных трудов 7-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 58-67.

99. Голева О.Г. Ключевые направления саморегулирования: мировой опыт и его использование в российской практике // Известия Алтайского государственного университета. 2011. № 2–1.

100. Голева О.Г. Развитие систем саморегулирования в России в контексте оптимизации государственного регулирования // Известия Алтайского государственного университета. 2012. № 2–1.

101. Головцова И. Г., Плешакова Е. Ю., Тозикова М. А. Патологии менеджмента и вовлеченность персонала в обеспечение качества медицинских услуг // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. – 2019. – №. 3. – С. 10-10.

102. Горбашко Е.А., Бонюшко Н.А., Семченко А.А. Развитие системы менеджмента качества организации в условиях кластерной экономики 2017.

103. Горбашко Е.А., Рыкова Ю.А., Скрипко Л.Е. Управление качеством//СПб // Изд-во СПбГЭУ. 2016.

104. Гордиенко А.В., Руденко О.Н. Исследование рынка сферы услуг и присущих данной сфере рисков // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 3-1. – С. 786-794.

105. Горовой А. А. Методология территориальной организации интегрированных объектов социальной инфраструктуры региона: дис. – Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://dlib.rsl.ru/rs101008000000/rs101008940000/rs101008940210/rs101008940210.pdf> (Дата доступа 11.02.2020).

106. Горовой А.А. Методология территориальной организации интегрированных объектов социальной инфраструктуры региона: дис.. д-ра экон. наук // 2015.

107. Горовой А.А., Афанасов А.Ю. Привлечение саморегулируемых организаций сферы сервиса к участию в формировании и реализации региональной кластерной политики // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11–4. С. 339–343.

108. Горовой А.А., Селентьева Т.Н., Михель Е.А. Стратегия развития и роль малого предпринимательства в региональной экономике // Российский экономический интернет-журнал. 2019. № 2. С. 27.

109. Городецкая О.Ю., Гобарева Я.Л. CRM-система как стратегия управления бизнесом компании // Транспортное дело России. 2014. № 4.

110. Грачёв Д. Правила саморегулируемых организаций // Законы России:

опыт, анализ, практика. 2009. № 2. С. 16–21.

111. Гродзенский, Я. С. «О реализации принципа TQM: взаимовыгодные отношения с поставщиками.» Инновационные, информационные и коммуникационные технологии 1 (2018): 410-413.

112. Гуськова И.В., Кузнецова И.Д. Реинжиниринг как метод оптимизации эффективности отечественных предприятий // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2017. № 1 (49).

113. Дегтярёва Т.В., Скрипка А.А., Шитова Е.С. Совершенствование системы контроля качества обслуживания на объектах туристской инфраструктуры 2018. 98–105 с.

114. Демина Н.В., Чистова М.В. Возможности применения некоторых методов управления качеством в деятельности современных компаний // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 2. С. 65.

115. Демьянов Д.Г. Моделирование территориального развития сферы бытовых услуг // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2014. № 3.

116. Денисов М.В., Пикалова М.А. Модели поддержки некоммерческих организаций, оказывающих социальные услуги населению 2015. 70–72 с.

117. Дентовская Ю.С. Реинжиниринг бизнес-процессов // Вестник науки и образования. 2016. № 2 (14).

118. Джарруж Ж. [и др.]. Методы повышения контроля качества гостиничных услуг // Российский экономический интернет-журнал. 2018. № 1. С. 13.

119. Докукина И.А., Макарова Ю.Л., Полянин А.В. Формирование информационной системы управления человеческими ресурсами на основе применения цифрового маркетинга // Территория новых возможностей.

Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. Т. 11. № 1. С. 82-91.

120. Домнин А.Д. Влияние цифровизации на занятость в сфере предоставления бытовых услуг // В сборнике: Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 453-455.

121. Домнин А.Д. Основные аспекты управления качеством оказания бытовых услуг на муниципальном и региональном уровнях // Актуальные аспекты управления. – Сборник научных трудов. – СПб: Изд-во «Астерион». – 2019. - С. 25-31.

122. Домнин А.Д., Мартыненко О.В. Управление экономическим субъектом и минимизация бухгалтерских рисков // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2019. № 1. С. 112-118.

123. Домнин А.Д. Разработка способов оценки качества на предприятиях по оказанию бытовых услуг в условиях цифровой экономики // В сборнике: Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 451-453.

124. Домнин А.Д. Анализ подходов к оценке качества на предприятиях по оказанию бытовых услуг населению // Российский экономический интернет-журнал. 2019. № 4. С. 50.

125. Домнин А.Д. Бизнес-процессы в управлении промышленными предприятиями // В сборнике: Современные аспекты управления. сборник научных статей. Под редакцией д.э.н., профессора Родионова Д.Г., Санкт-

Петербург, 2016. С. 28-32.

126. Домнин А.Д. Применение контрольных карт Шухарта при формировании системы управления качеством предоставления бытовых услуг населению // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 2 (51). С. 210-213.

127. Домнин А.Д. Применение механизма саморегулирования организаций бытового обслуживания населения как способ повышения качества предоставляемых услуг// Актуальные аспекты управления. – Сборник научных трудов. – СПб: Изд-во «Астерион». – 2019. С. 32-39.

128. Домнин А.Д., Барыкин С.Е. Развитие мультисервисов как фактор повышения качества жизни населения // Экономические науки. 2020. № 191. С. 64-69.

129. Домнин А.Д., Барыкин С.Е. Разработка сетевой модели управления качеством бытовых услуг // Экономические науки. 2020. № 191. С. 70-81.

130. Домнин А. Д. Разработка этапов информационно-аналитической системы на предприятиях по бытовому обслуживанию населения в условиях цифровой экономики //Кластеризация цифровой экономики: Глобальные вызовы. – 2020. – С. 546-551.

131. Домнин А.Д., Князев А.С., Макарова Ю.Н., Макарова О.Н. Теоретические аспекты инновации в научно-техническом прогрессе // В сборнике: Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2019. С. 258-261.

132. Домнин А.Д. Основные аспекты работы системы CRM на предприятиях бытового обслуживания населения // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов всероссийской научной и учебно-практической конференции.

В 3-х частях. Издательство: Политех-пресс. - 2020. – с. 52-57

133. Домнин А.Д., Родионов Д.Г., Конников Е.А. Специфика построения сетевой модели создания системы менеджмента качества в мультисервисе для предприятий бытового обслуживания// Экономические науки. №197. - 2021 - С. 86-89.

134. Дремина М.А., Копнов В.А., Станкин А.А. Проектный подход к разработке и внедрению систем менеджмента качества 2015.

135. Дробышев В.В. Формирование государственных минимальных стандартов и нормативов для регулирования качества социально значимых услуг // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2007. № 12–2.

136. Дроздов Г. Д. Управление качеством услуг ЖКХ на основе инноваций. – СПб., Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – 214 с.

137. Дубовой В.В. Совершенствование управления предоставления бытовых услуг населению // Экономика строительства и городского хозяйства. 2011. № 2 (7). С. 109–113.

138. Дутова И.В., Родина Т.Е. Государственная поддержка малого бизнеса в России. В сборнике: статистический анализ социально-экономического развития субъектов российской федерации. материалы 5-ой Международной научно-практической конференции. 2018. С. 89-91.

139. Дышловой И.Н., Стренадо А.Д. Теоретические аспекты формирования управленческих структур в сфере услуг // Kant. – 2020. – № 1 (34). – С. 54-62.

140. Евменов А. Д., Булочников П. А. Управление качеством процессов функционирования организаций как резерв повышения конкурентоспособности //Петербургский экономический журнал. – 2016. – №.

3.

141. Евменов А. Д., Булочников П. А. Управление эффективностью функционирования организаций сферы культуры // Экономика и управление. – 2018. – №. 11. – С. 29-37.

142. Евсеева С.А., Герасимова М.М. Инновационное развитие организаций промышленного производства и сферы услуг // Российский экономический интернет-журнал. – 2020. – № 2. – С. 20.

143. Егорихина , Маргарита Сергеевна, Сергей Николаевич Козлов, Евгений Анатольевич Шамин. «Механизм программного бюджетирования, как один из государственных регуляторов сферы услуг.» Вестник НГИЭИ 6 (73) (2017).

144. Егорихина М.С., Шамин Е.А. Особенности развития современного рынка бытовых услуг // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. № 2 (23) (7).

145. Егорова Е. С., Качество услуг социально-экономической организации. Монография. – М., 2007. – 182 с.

146. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В., Блинов А.О. и др. Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление: монография / Л.И.Ерохина, Е.В.Башмачникова, А.О.Блинов и др.,; под ред. Проф. Л.И.Ерохиной. – М.: Изд-во «Форум», 2010. – 444 с.

147. Ерохина Л.И., Скорниченко Н.Н. Маркетинговый подход к исследованию существующих методик оценки качества обслуживания потребителей сервисными услугами // Школа университетской науки: парадигма развития. 2010. № 1 (1). С. 121–126.

148. Жеребцов , Алексей Николаевич. «Сущность саморегулирования как специфической функции государственного управления в

предпринимательской сфере.» Общество и право 3 (73) (2020).

149. Жилищное хозяйство и бытовое обслуживание населения в России. 2009: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2010. – 326 с.

150. Жильцова Ю.В., Маврина А.В., Чугунова А.О. Сфера услуг в структуре современной экономики России // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2020. – № 23 (503). – С. 20-32.

151. Жилиева И.А. Опыт регулирования сферы услуг за рубежом [текст] /Родионов Д.Г., Жилиева И.А./ // В сборнике научных трудов XXII всероссийской научно-практической конференции «Экономика, экология, общество в XXI столетии». – СПб: СПбПУ. – 2017. – с. 132-137.

152. Жилиева И.А. Особенности классификации услуг массового потребления населению крупных городов [текст] /Жилиева И.А./ // В сборнике научных трудов XX международной научно-практической конференции «Стратегическое управление организацией: технологии управления». 2017

153. Жилиева И.А. Методические аспекты организации и управления в предоставлении услуг массового потребления [текст] /Жилиева И.А./ // В сборнике научных трудов XX международной научно-практической конференции «Стратегическое управление организацией: технологии управления». 2017

154. Жилиева И.А. К вопросу о социально-экономическом развитии сферы услуг (на примере Санкт-Петербурга) [текст] /Жилиева И.А./ //Наука и бизнес: пути развития. – 2017. – №2. – с. 49-57.

155. Жилиева И.А., Родионов Д.Г. Социально-экономические аспекты и тенденции предоставления услуг массового потребления в российской федерации // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8 (73). С. 676–689.

156. Жилиева И.А., Родионов Д.Г. Прогнозы и планы развития

потребительского рынка услуг массового потребления Санкт-Петербурга до 2020 г // Экономика и предпринимательство. 2016. С. 192–200.

157. Жилиева И.А., Родионов Д.Г. Проблемы и механизмы адаптивного управления сферой услуг массового потребления в городах Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10–1. С. 163–167.

158. Жимайлова Ю.В. Модель управления конкурентоспособностью услуг // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2012. № 2–1. С. 28–32.

159. Жолох Т.Г., Васильченко А.О. GAP-модель как средство влияния клиентоориентированного подхода на конкурентоспособность предприятия // Туризм и гостеприимство. 2015. № 2.

160. Жуева М. А., Головцова И. Г. Человеческий капитал как информационно-экономический аспект обеспечения качества // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. – 2019. – №. 2. – С. 6-6.

161. Жуковская И.В. Систематизация научных подходов к управлению конкурентоспособностью в сфере услуг: экономическая сущность, критерии // Микроэкономика. – 2020. – № 2. – С. 29-37.

162. Заборовский Д.А. Некоторые особенности управления качеством образования В сборнике: Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО. XLVII научная и учебно-методическая конференция Университета ИТМО. 2018. С. 33-35.

163. Заборовский Д.А. Необходимость совершенствования управления качеством на вагоноремонтном предприятии 2017. 86–88 с.

164. Зайнашева З.Г., Сабирова З.Э. Развитие предпринимательства в сфере услуг региона // Вестник ГГНТУ. Гуманитарные и социально-

экономические науки. – 2020. – Т. 16. – № 3 (21). – С. 12-16.

165. Зайнашева З.Г., Сабирова З.Э. Классификация социально значимых бытовых услуг в условиях внедрения государственно-частного партнерства // Казанская наука. 2012. № 9. С. 69–72.

166. Запорожцев , А. В. «Системный подход к управлению организацией.» Фундаментальные исследования 7 (2017): 30-34.

167. Захаркина Н.В., Алехина Т.А. Диагностика состояния потребительского рынка в РФ //В книге: Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики. коллективная монография. Уфа, 2018. С. 95-111.

168. Защита прав потребителей в Ростовской области [Электронный ресурс]. URL: <http://economica.donland.ru/Default.aspx?pageid=54659> (Дата доступа 07.05.2020).

169. Заяц Е.Ю. Совершенствование оценки качества обслуживания на предприятиях сферы бытовых услуг // 2014.

170. Зекунов А.Г., Мишин В.М. Управление качеством 2016.

171. Златкина А.А., Гегечкори Е.Т. Методология реинжиниринга бизнес-процессов и типовые приемы её применения // Омский научный вестник. 2016. № 1 (145).

172. Иванова Н.В. Развитие социально-бытовой инфраструктуры мегаполисов: строительство и реконструкция мультисервисов // «Недвижимость: экономика, управление». - № 7-8. – 2004. – с.24-27. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.valnet.ru/m7-215.phtml> (Дата доступа 06.05.2020).

173. Ивер , Н. Н., И. М. Кублин, and А. А. Максаев. «Современные маркетинговые инструменты управления качеством продукции и услуг:

стратегии, подходы и проблемы.» Экономика и предпринимательство 5 (2019): 729-736.

174. Ивер Н.Н., Кублин И.М., Максаев А.А. Современные маркетинговые инструменты управления качеством продукции и услуг: стратегии, подходы и проблемы // Экономика и предпринимательство. 2019. № 5. С. 729–736.

175. Ившин , В. А. «О формировании торгово-сервисных кластеров на базе современных торговых центров.» Проблемы современной экономики. 2017.

176. Игнатьева , С. В. «Концептуальные подходы к пониманию роли государства и права в регулировании предпринимательской деятельности в России.» Государство. Право. Экономика. 2020. 39-47.

177. Игнатьева А.А., Мингазинова Е.Р. Анализ подходов к оценке качества услуг предприятий розничной торговли // Альманах современной науки и образования. 2014. № 12. С. 46–49.

178. Измайлов МК. Инновационные территориальные кластеры как инструмент реализации кластерной политики. Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли 2019 (С. 61-66).

179. Иневатова О.А., Лапаева О.Ф., Мукминова К.В. Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия сферы услуг // Финансовая экономика. – 2020. – № 1. – С. 153-158.

180. Информация о работе с обращениями граждан в Управлении Роспотребнадзора по городу Москве за 9 месяцев 2017 года [Электронный ресурс]. URL: <http://77.rospotrebnadzor.ru/index.php/96-naprav/5620-informatsiya-o-rabote-s-obrashcheniyami-grazhdan-v-upravlenii-rospotrebnadzora-po-gorodu-moskve-za-9-mesyatsev-2017-goda> (Дата доступа

07.05.2020).

181. Инфраструктурные проблемы развития отрасли бытового обслуживания населения и пути их решения на региональном уровне [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2002/6/1056.html> (Дата доступа 17.03.2020).

182. Иняц Н. Малая энциклопедия качества - М. : Стандарты и качество, 2003. – 222 с.

183. Ирушкина Ю.Н., Кузнецова Т.В. Современные проблемы развития сферы услуг в инновационной экономике // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 1. – С. 671-674.

184. Исаенко , Елена Витальевна, and Виктория Викторовна Иголкина. «Исследование развития рынка услуг в условиях изменяющейся внешней среды.» Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права 3 (82) (2020): 9-22.

185. Исикава К. - Японские методы управления качеством. - М. : Стандарты и качество, 2003. – 316 с.

186. Искосков М. О., Управление качеством услуг предприятий автосервиса с учетом процесса формирования потребительской оценки. автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. техн. наук. специальность 05.02.23 – 2006. - 17 с.

187. Каблашова , И. В. «Применение концепции тотального менеджмента качества в системе управления предприятием.» Экономинфо 3 (2017).

188. Калашников А.В. Контроль качества в ресторанном бизнесе с помощью системы " Тайный гость " 2018. 37–39 с.

189. Карицкая И.М. Управление качеством сервиса как основа удовлетворения рекреационных потребностей // Символ науки. 2016. № 8–2.

190. Кармалинский Д.Н. Повышение качества туристских услуг 2018. 47–50 с.

191. Кармах АН, Андреева ТА. Реализация принципа вовлечения персонала в рамках системы менеджмента качества предприятий. Управление качеством продукции и конкурентоспособностью организаций реального сектора экономики в условиях цифровизации 2019 (С. 90-92).

192. Карпова Г. А., Быков А. Ю. Социальное предпринимательство в сфере услуг: систематизация подходов //Журнал правовых и экономических исследований. – 2017. – №. 2. – С. 11-20.

193. Карпова Г. А. и др. Проблемы совершенствования управления туризмом на уровне региона //Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – №. 4 (100).

194. Карпова Г. А. и др. Применение сбалансированной системы показателей как элемента контроллинга на инновационном предприятии //Журнал правовых и экономических исследований. – 2018. – №. 2. – С. 133-140.

195. Карпова Г.А. [и др.]. Факторы, оказывающие воздействие на объем продаж туристских услуг // Журнал правовых и экономических исследований. 2019. № 4. С. 183–188.

196. Катаев , Юрий Владимирович, and Екатерина Федоровна Малыха. «Повышение эффективности дилерских предприятий на основе управления качеством услуг.» Наука без границ 5 (22) (2018).

197. Катернюк АВ. К вопросу оценки конкурентоспособности товаров/услуг. Инновационное развитие рыбной отрасли в контексте обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации 2020 (С. 255-263).

198. Кафидов В. М. Системный подход к управлению качеством / В сб. науч. ст. Всерос. науч.-практ. конф., 30 сент. 2010 г. / С.-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики; ред. А. Д. Викторов [и др.]. - СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2010. -Т. 2- С .146-149.

199. Кацерикова Н. В. Ресторанное дело. Учебное пособие. – 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=29204>.

200. Килин Д. А. Оценка качества услуги методикой SERVQUAL //Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее. – 2020. – С. 88-92.

201. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: неравновесный подход // М.: Изд-во МСХА. 2004. С. 18.

202. Кликич Л.М. Особенности и закономерности эволюции сферы услуг // Российский экономический интернет-журнал (Электронный ресурс).-Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/AgAc1ez/2005/КНШс1>. 2005. (1) (Дата доступа 07.05.2020).

203. Кликич Л.М. Экономический анализ развития сферы услуг // Российский электронный научный журнал. 2014. № 2. С. 6–15.

204. Клименко А.В., Минченко О.С. Государственное регулирование экономики: вопросы теории и лучшая практика // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. № 3.

205. Клюкач В.Р., Лукашик Е.Г. Метод маркетингового исследования "тайный покупатель" 2018.

206. Колочева ВВ. Особенности оценки качества туристских услуг. Российское предпринимательство. 2017;18(21).

207. Конева О. В. Малый бизнес : оценка вклада в развитие сферы услуг. монография – М., 2009. – 216 с.

208. Конобеева О.Е. и др. Слагаемые экономического успеха коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг // В книге: Мониторинг проблем и факторов формирования конкурентной среды, конкурентоспособности товаров, услуг, предприятий и регионов.. Орел, 2019. С. 5-24.

209. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Применение бизнес-технологий в управлении продажами // Вестник ОрелГИЭТ. 2019. № 2 (48). С. 83-87.

210. Константинова Д.П., Рожкова М.Г. Обзор экономических проблем сферы услуг в Российской Федерации и регионе // Аллея науки. – 2019. – Т. 3. – № 1 (28). – С. 147-152.

211. Концепция развития бытового обслуживания населения в Томской области [Электронный ресурс]. URL: http://storage.esp.tomsk.gov.ru/files/2358/Koncepciya_razvitiya_bytovogo_obslyuzhivaniya_naseleniya.pdf (Дата доступа 02.03.2020).

212. Коньчев А.С., Фролова И.И. Совершенствование системы коммуникации с потребителями // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 6 (16).

213. Копылов О.Г. Регулирование развития рынка бытовых услуг в муниципальном образовании: на примере Московской области // 2005.

214. Котенко А. Л. Ценообразование на рынке ломбардов: факторы влияния и ценовые стратегии //Московский экономический журнал. – 2019. – № 3.

215. Котлер Ф., Боуэн Д. Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М., 2003. – 413 с.

216. Кошелева ТН, Сорвина ТА. Особенности стратегического управления малых и средних сервисных компаний в условиях становления

цифровой экономики. Петербургский экономический журнал. 2019(4).

217. Красовский П. А. Управление качеством экспертных услуг. – М., 2006. – 186 с.

218. Кризисы бытового обслуживания (Г.Н. Сюткин) [Электронный ресурс]. URL: http://tinref.ru/razdel/03001marketing_komercia/000/039.rar (Дата доступа 12.03.2020).

219. Курочкина А. Ю. Научно-методические основы оценки качества услуг : Автореф.дис...канд.экон.наук. 08.00.05. – СПб, : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 19 с.

220. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 6-е изд. 2015.

221. Латышев М. В., Управление качеством в процессах автосервиса. монография. – М., 2005. – 173 с.

222. Лебедев С.Н. Концептуальный подход к качеству и управлению качеством // Социально-гуманитарные знания. 2010. № 6.

223. Лескова ЮГ, Ибрахим М. Кластеризация экономики или становление новой модели саморегулирования. Институциональные преобразования АПК России в условиях глобальных вызовов 2018. С. 140-140.

224. Лесникова , Н. Е., Н. Ю. Яковенко. «Процессный подход как эффективный инструмент стратегического управления.» Вестник гражданских инженеров 3 (2017): 300-307.

225. Логинова М. А. Метод SERVQUAL как прогрессивный инструмент оценки качества сервиса организации //Сфера знаний в вопросах культуры, науки и образования. – 2018. – С. 285-287.

226. Лучкина В.С., Родина Т.Е. Государственная поддержка развития

малого и среднего бизнеса. В книге: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Материалы 3-ей Международной заочной научно-практической конференции. 2017. С. 255-258.

227. Лымарева О.А., Бадиленко А.В. Влияние человеческих ресурсов на конкурентоспособность организации сферы услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 1. – С. 152-155.

228. Макаров , Н. Н., С. П. Хрусталева, and Г. Н. Шевченко. «Использование принципов проектного управления при формировании сервисного кластера.» Экономинфо 1 (2019).

229. Макарова О.Н., Мартыненко О.В., Домнин А.Д. Оценка эффективности аутсорсинга в организациях социально-культурной сферы // Практический маркетинг. 2016. № 12-1 (238-1). С. 84-89.

230. Максимова , М. Т., Д. В. Сливинский, И. А. Фомина. «Маркетинг как инструмент повышения эффективности коммерческой деятельности.» Экономика и бизнес: теория и практика 9-1 (2020).

231. Максимова О.В., Шпер В.Л. Исследование эффективности работы контрольных карт Шухарта // Дисс. К. т. 2010. № 05.02. С. 23.

232. Малевская-Малевич Е.Д., Варламова Д.В., Заборовский Д.А. Управление качеством в научно-образовательных организациях: методы и инструменты // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12–4. С. 1253–1258.

233. Малый бизнес в сфере бытовых услуг [Электронный ресурс]. URL: http://www.osspsb.ru/experts/otrasli_MB/problematica_uslugi/ (Дата доступа 14.02.2020).

234. Малышева Н.П. Особенности ведения бухгалтерского учета и сдачи

отчетности организациями малого предпринимательства. // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления. – 2017. – С. 225-232.

235. Маркова АВ. Развитие сетевых кластеров в экономике современной России. Социально-экономическое развитие России 2020 (С. 40-43).

236. Матанцев А.Н. Анализ рынка: настольная книга маркетолога.-2-е изд., перераб. и доп. 2017.

237. Материалы конференции Customer Contacts Week. XI Неделя Контактных Центров [Электронный ресурс]. URL: <https://callcenterevent.ru/cc-week/agenda/conference-2020/> (Дата доступа 11.02.2020).

238. Меживой , А. В., and А. В. Кизилова. «К вопросу о государственном регулировании экономики и предпринимательской деятельности.» Донецкие чтения 2020: образование, наука (2020): 67.

239. Мердеева , Мелиса Ильгизовна, Виктория Михайловна Храпочкина, Антонина Васильевна Шаркова. «Промышленно-сервисные кластеры: основные модели в условиях трансформации экономики России.» Самоуправление 2.2 (2019): 401-403.

240. Минбалеев , Алексей Владимирович. «Проблемы правового регулирования использования цифровых технологий в деятельности саморегулируемых организаций.» Гражданское право 4 (2020): 31-34.

241. Мишанков А. Ф. Развитие рынков товаров и услуг в системе управления качеством: системно-логистический подход : моногр. - СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2011. - 182 с.

242. Молчанова Е.Ю. Оценка качества бытового обслуживания с применением модели SERVQUAL // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2011. № 3. С. 349–361.

243. Мордовец В. А. Совершенствование системы управления услугами,

предоставляемыми жилищным сектором экономики, на основе конкурентного подхода: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / В. А. Мордовец; науч. рук. работы Т. И. Безденежных;. – Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, 2010.

244. Морозова А.Е., Юраков Н.С., Юракова Т.Г. Применение контрольных карт Шухарта для статистического контроля качества деталей // Современные материалы, техника и технологии. 2018. № 6 (21).

245. Морозова Л.С., Земскова А.А. Влияние качества обслуживания на эффективность деятельности предприятий индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 2 (72) (11).

246. Мохов АА. Государственное регулирование и саморегулирование экономической деятельности с позиций теории систем. Государство и право. 2019(6):56-65.

247. Муртазалиев З. Р. Совершенствование системы управления качеством услуг на предприятиях гостиничного бизнеса, г. – 2011.

248. Мхитарян , Юрий Иванович. «Институт саморегулируемых организаций как проактивный элемент повышения эффективности государства.» Век качества 3 (2020): 9-29.

249. Мхитарян , Юрий Иванович. «Концепция приоритетного развития саморегулируемых организаций в экономике.» Законы России: опыт, анализ, практика 3 (2019): 103-106.

250. Мхитарян , Юрий Иванович. «Реформа правового режима саморегулирования в сфере предпринимательской деятельности.» Вестник Саратовской государственной юридической академии 1 (132) (2020).

251. Мхитарян Ю.И. Правовые аспекты саморегулирования и повышение эффективности экономики Российской Федерации в XXI веке. М.:

Издательский центр «Интерэкомс», 2017. 370 с.

252. Назаров А.Д. SERVQUAL как метод оценки потребительской лояльности на примере управляющей компании " ЕКБ96" // Контентус. 2016. № 9 (50).

253. Насрутдинов М.Н. Анализ зарубежной практики управления инвестиционной активностью территорий 2019. 431–436 с.

254. Невмывако В.П. Обеспечение экономической устойчивости предприятий путем оптимизации системы управления качеством услуг // Экономика и социум: современные модели развития. 2018. № 2 (8). С. 22–32.

255. Никитин А. В. Управление качеством на предприятии сферы услуг. – М., 2005. – 116 с.

256. Никитина И. А., Третьяк, В. В., Логинова, Н. А., Малинин А.М. (2017). Управленческие изменения в современной экономике.

257. Николаев М.И. Метрология, стандартизация, сертификация и управление качеством 2016.

258. Никольская Е.Ю., Зайцева А.А. Современные методы оценки качества на предприятиях индустрии гостеприимства // Ceteris Paribus. 2015. № 4. С. 75–79.

259. Никулина Ю.Н., Вакушкина О.И. Повышение конкурентоспособности организации сферы услуг с позиции системы управления качеством // Universum: экономика и юриспруденция. 2017. № 3 (36).

260. Об управлении Роспотребнадзора в Красноярском крае [Электронный ресурс]. URL: <http://24.rospotrebnadzor.ru/about/>(Дата доступа 09.03.2020).

261. Обатуров А.А. Методы государственного регулирования и управления сферой предпринимательства в Санкт-Петербурге // Мир политики и социологии. 2015. № 8. С. 117–131.

262. Общественный совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <http://osspb.ru/> (Дата доступа 12.03.2020).

263. Общество защиты прав потребителей Диалог [Электронный ресурс]. URL: <http://www.galoba.ru/> (Дата доступа 09.06.2020).

264. Оганесян, А. А. «Кластеры конкурентоспособности как инструмент развития инновационных экосистем.» Экономика и предпринимательство 7 (2019): 448-454.

265. Огурцов К. В., Управление качеством проектов предоставления комплексных услуг. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук. специальность 08.00.05. – М., 2008. – 17 с.

266. Окрепилов В.В. Менеджмент качества: учебник // СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2013.

267. Окрепилов В.В. Влияние качества на повышение эффективности использования ресурсов // Управленческое консультирование. 2016. № 6 (90).

268. ОКРЕПИЛОВ В.В. Стандартизация и экономика качества в реализации инноваций // Стандарты и качество. 2016. № 6. С. 16–21.

269. ОКРЕПИЛОВ В.В. Качество и метрология // Стандарты и качество. 2018. № 5. С. 47–51.

270. Омурбекова, Марина Олеговна. «Специфика управления в сфере услуг.» Эпоха науки 20 (2019).

271. Официальный сайт Единая межведомственная информационно-

статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/> (Дата доступа 09.03.2020).

272. Панин , Сергей Юрьевич. «Функции саморегулируемых организаций.» Проблемы экономики и юридической практики 16.1 (2020): 85-88.

273. Парушина Н.В., Малявкина Л.И., Плахова Л.В. Методический инструментальный анализа конкурентоспособности предпринимательских структур сферы торгово-закупочной деятельности // Вестник ОрелГИЭТ. 2018. № 3 (45). С. 218-227.

274. Пасько О.В., Дусенко С.В. Управление качеством услуг организации питания в индустрии гостеприимства // Стандарты и качество. 2016. № 10. С. 74–79.

275. Пегушина А.А. Бенчмаркинг и реинжиниринг: особенности методов в совершенствовании бизнес-процессов // Проблемы современной науки и образования. 2017. № 6 (88).

276. Петрачкова Ю.Л. Развитие сферы услуг в системе потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 2. С. 264–267.

277. Петров А. Н., Хорева Л. В. Сущностная характеристика услуг как специфического товара в рыночной экономике // Вопросы экономики и права. – 2015. – №. 88. – С. 76-81.

278. Петров , Дмитрий Анатольевич. «Правовой статус национального объединения саморегулируемых организаций как отраслевого регулятора.» Юрист 18 (2016): 28-31.

279. Петров Д.А. Правовой статус саморегулируемой организации в сфере предпринимательства // СПб.: Нестор-История. 2015. (320).

280. Платное обслуживание населения в России. 2019: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2019.

281. Платное обслуживание населения в России - 2011г. Статистический сборник.

282. Платное обслуживание населения в России - 2013 г. Статистический сборник.

283. Платное обслуживание населения в России - 2015 г. Статистический сборник.

284. Платное обслуживание населения в России. 2017: Стат. Сб./ Росстат. – М., 2017.

285. Плахин А.Е., Пяткова Т.В. Государственно-частное партнерство: международные правовые, экономические и политические перспективы 2014. 114–116 с.

286. Плахова Л.В. Особенности государственной поддержки малого бизнеса в регионе // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2019. № 10. С. 72-76.

287. Плотникова Е.В. Оценка качества жилищного фонда как составляющая комплексной оценки условий формирования и развития человеческого капитала в регионах Российской Федерации [Текст] / Е.В. Плотникова, О.В. Заборовская// Журнал Правовых и экономических исследований Издательство: ГИЭФПТ (Гатчина) - 2016 г.

288. Плотникова Е.В. Экономическая модель управления и развития жилищного фонда [Текст]/ Л.А. Гузикова, Е.В. Плотникова//Реструктуризация экономики и инженерное образование: проблемы и перспективы развития. – 2015. – С. 26-32.

289. Плотникова Е.В. Принятие региональных управленческих решений

на основе оценки качества жилищного фонда [Текст]/ Е.В. Плотникова// Образование. Экономика. Общество. - 2015. - № 5-6 (49-50). - С. 52-56.

290. Показаньева , Т. В. «Теоретические аспекты регулирующей роли государства в процессе формирования и развития кластеров.» Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе. 2017.

291. Полякова СВ, Россиева ДВ. Принципы менеджмента качества и их применение на производстве. Приоритеты мировой науки: эксперимент и научная дискуссия 2019 (pp. 94-97).

292. Полянин А.В., Соболева Ю.П., Тарновский В.В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства // Управленческое консультирование. 2020. № 4 (136). С. 80-96.

293. Полянин А.В., Головина Т.А., Вертакова Ю.В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур в сфере торговли // Научные ведомости Белгородского государственного университета. 2018. С. 636.

294. Полянин А.В., Докукина И.А. Трансформация социально-экономических отношений на основе цифровизации бизнес пространства // Труд и социальные отношения. 2018. № 6. С. 16-27.

295. Пономарева С.В., Слияков Ю.В. Учетно-контрольная система информационно-аналитического обеспечения целей управления: принципы и основы ее формирования // Вестник университета. 2018. № 7.

296. Преображенский А.П., Чопоров О.Н. Некоторые проблемы маркетингового подхода при управлении предприятием // Science of Krasnoyarsk/Nauka Krasnoyar'ya. 2016. (5).

297. Протасова Л.Г., Плиска О.В. Управление качеством в сфере услуг /

Л.Г. Протасова, О.В. Плиски, Екатеринбург, 2010. 177 с.

298. Пучнина Д.О. Управление качеством услуг организаций сферы ЖКХ 2018. 18–22 с.

299. Раджабов Р.К., Саломова У.Т. Некоторые подходы к регулированию сферы бытового обслуживания населения в Таджикистане // ПАЁМИ. 2014. С. 17.

300. Результаты работы Минюста России в сфере деятельности некоммерческих организаций [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.ru/ru/novosti/o-rezultatah-raboty-minyusta-rossii-v-sfere%02deyatelnosti-nekommercheskih-organizaciy-za-2018> (Дата доступа 26.03.2020).

301. Родина Т.Е., Дутова И.В. Роль предпринимательства в современной России В сборнике: От синергии знаний к синергии бизнеса. Сборник статей и тезисов докладов IV Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и преподавателей. 2017. С. 401-40.

302. Родина Т.Е. Региональный аспект развития малого и среднего бизнеса. В сборнике: статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской федерации. материалы 5-ой Международной научно-практической конференции. 2018. С. 274-277.

303. Родина Т.Е. Государственная поддержка развития малого бизнеса. В сборнике: Экономическая политика и ресурсный потенциал региона. Сборник статей всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 133-136.

304. Родина Т.Е., Адельгейм Е.Е. Региональные аспекты развития малого и среднего бизнеса // Никоновские чтения. 2019. № 24. С. 286-287.

305. Родина Т.Е. Реализация национального проекта «малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской

инициативы» в России. книге: Инновационные направления интеграции науки, образования и производства. Сборник тезисов докладов участников I Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Е.П. Масюткина. 2020. С. 329-331.

306. Родина Т.Е., Шикун О.В. Проблемы и направления реализации национального проекта «малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». В сборнике: Экономическая политика и ресурсный потенциал региона. Сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2020. С. 357-360.

307. Родионов Д. Г. Регулирование развития сферы услуг в крупнейших городах в условиях трансформирования российской экономики (на примере городов Москвы и Санкт-Петербурга): дис. – Российский государственный университет сервиса, 2004. [Электронный ресурс]. URL: <http://dlib.rsl.ru/rsl01002000000/rsl01002624000/rsl01002624979/rsl01002624979.pdf> (Дата доступа 17.03.2020).

308. Родионов Д.Г. Регулирование развития отраслей сферы услуг в крупных городах в условиях переходной экономики (на примере Москвы и Санкт-Петербурга) 2003.

309. Родионов Д.Г. Регулирование развития сферы услуг в крупнейших городах в условиях трансформирования российской экономики (на примере городов Москвы и Санкт-Петербурга)/Дисс.... докт. экон. наук // Москва. 2004. (353). С. 4–8.

310. Родионов Д.Г., Афанасов А.Ю., Горовой А.А. Региональная кластерная политика в контексте управления развитием региональной экономики // Мир экономики и права. 2014. № 4–5. С. 18–30.

311. Родионов Д.Г., Жилиева И.А. Сфера услуг как объект регулирования в современной экономике 2017. 232–236 с.

312. Родионов Д.Г., Малеева Т.В. Формы и методы регулирования развития сферы услуг в крупнейших городах 2004.

313. Розумная , Наталья Вячеславовна. «Оценка конкурентоспособности услуг, предоставляемых сервисными организациями.» Сервис в России и за рубежом 11.4 (74) (2017).

314. Романычев И.С. [и др.]. Социальная квалиметрия: оценка качества и стандартизация социальных услуг 2014.

315. Роспотребнадзор защищает права потребителей. Итоги работы за 2019 год [Электронный ресурс]. URL: http://24.rospotrebnadzor.ru/directions/rez_nadzor/ZPP/156631/(Дата доступа 06.05.2020).

316. Российский статистический ежегодник. 2020: Стат. сб. 2020: Стат. сб./Росстат.–М., 2020.

317. Ростест Москва [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rostest.ru/company/> (Дата доступа 06.05.2020).

318. Рубцова , Наталья Васильевна. «Правовое регулирование и саморегулирование предпринимательской деятельности: вопросы соотношения.» Вестник Омского университета. Серия «Право» 1 (50) (2017).

319. Рудакова О.Ю. Методологические основы управления качеством предоставления услуг на предприятиях бытового обслуживания // Проблемы современной экономики. - № 1 (37). – 2011. – с. 13-17.

320. Рудакова О.Ю. Методологические основы управления качеством предоставления услуг на предприятиях бытового обслуживания // Проблемы современной экономики. 2011. № 1.

321. Рудакова О.Ю. Развитие институциональной модели управления качеством бытовых услуг (на материалах Ростовской области) // 2012.

322. Рудакова О.Ю. Система показателей оценки качества бытовых услуг // Экономические и гуманитарные науки. 2012. № 1. С. 17–23.

323. Рукинов МВ. Векторы технологических трансформаций и перспективы безопасного развития экономики России в условиях нового технологического уклада. Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020(1 (121)).

324. Русинова , Д. Ю., М. С. Воронова, М. П. Воронов. «Ориентация на потребителя–принцип всеобщего управления качеством.» Научное обозрение. Экономические науки 2 (2018): 11-17.

325. Ряховская А.Н. [и др.]. Совершенствование института саморегулирования и деятельности саморегулируемых организаций // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2017. № 1 (100).

326. Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции «Инновации в индустрии питания и сервисе». 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36711483> (Дата доступа 16.03.2020).

327. Семакина Г.А. Управление качеством услуг: проблемы и практика решения методами менеджмента качества // Российское предпринимательство. 2016. № 3 (17).

328. Семенова Е.Е. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг // В книге: Научные исследования в области управления и оценки качества товаров и услуг: полиаспектный подход. Монография. Под общей редакцией Н.А. Батуриной. Орел, 2017. С. 131-145.

329. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Искусство торговать,

или секреты мерчандайзинга: учеб. пособ.—2-е изд // М.: Дело и Сервис. 2007.

330. Семичастная , Г. Л. «Перспектива развития кластеров в России.» Вестник Московского гуманитарно-экономического института (2019): 81.

331. Семкина О.С., Мусинова Н.Н. Система контроля муниципальных органов управления в сфере жилищно-коммунального хозяйства // Управленческие науки в современном мире. 2017. № 1. С. 276–280.

332. Семченко Е. Е., Ашурбеков Р. А., Круглинский И. К. Оценка интеллектуального труда в системе подготовки кадров: проблемы классической теории и методологии. Монография. – Издательство Проспект, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.book.ru/book/922237> (Дата доступа 06.05.2020).

333. Сенин А.С., Милешина О.Ю. Логистические подходы к совершенствованию управления производственной и хозяйственной деятельностью предпринимательских структур // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. № 3 (27) (7).

334. Скворцова , Т. А, Чебоньян, Т.Г., Ходыкина Е.С.. «Проблемы правового статуса саморегулируемых организаций в России.» Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление 2 (2020): 82-85.

335. Скибинская , В. Ю. «Анализ развития саморегулируемых организаций за рубежом.» Научные исследования в высшей школе: новые идеи, проблемы (2020): 97.

336. Смирнова , Анастасия Александровна, Тамара Валерьевна Суханова. «Кластерный подход к стабилизации функционирования сферы бытового обслуживания.» Азимут научных исследований: экономика и управление 8.2 (27) (2019).

337. Смирнова , Анастасия Александровна, and Николай Александрович Смирнов. «Кластеризация как фактор эффективного развития рынка бытового обслуживания.» Социальные и экономические системы 2 (2018): 101-113.

338. Смирнова А.А. Региональные особенности функционирования сферы бытового обслуживания // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. № 2 (23) (7).

339. Снижение качества бытовых услуг [Электронный ресурс]. URL: https://msk.newsru.com/article/02jun2009/ne_prof.html (Дата доступа 12.07.2020).

340. Соколова Н.Н. Практические аспекты оценки качества обслуживания на предприятиях розничной торговли в целях его повышения // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2020. № 11. С. 117-124.

341. Сотникова Е.А. Современные особенности применения логистического подхода в условиях предпринимательской среды 2018. 81–95 с.

342. Спиридонов , Виктор Николаевич, Татьяна Александровна Долженко. «Отраслевой или региональный принцип СРО? Куда идет саморегулирование?.» Век качества 4 (2018).

343. Стригунова , Дина Павловна. «Опыт саморегулирования предпринимательской и профессиональной деятельности в некоторых зарубежных странах.» Вестник экономической безопасности 2 (2020).

344. Сунгатуллина Л.А. Функции саморегулируемых организаций // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2014. № 4 (156).

345. Суходоев Д.В., Никитин С.А., Стожарова Т.В. Контроллинг в

системе менеджмента качества // Экономика и предпринимательство. 2015. № 9–1. С. 845–849.

346. Сучкова Л. А. Качество бытовых услуг / Л. А. Сучкова, А. Б. Ладон. - Киев : Техніка, 1983. - 87 с.

347. Сюткин Г.Н. Саморегулирование в системе бытового обслуживания населения (Направления, Формы, Проблемы) // Editorial Board. 2008. С. 110.

348. Сюткин Г.Н. Кризис и его последствие для сферы услуг (на примере бытового обслуживания) // Сервис plus. 2009. № 4.

349. Сюткин Г.Н. Мультисервис Как эффективная форма организации сферы услуг // Вестник Академии. 2012. № 4. С. 131–135.

350. Тарасова Г.П., Бутова Т.Г., Решетова Т.В. Рынок бытовых услуг: особенности регионального развития (на примере рынка Красноярского края) // Сибирский журнал науки и технологий. 2010. № 2.

351. Тебекин , А. В., and И. Л. Сурат. «Основы принятия управленческих решений: принципы, функции, типология, условия и факторы обеспечения качества, целевая ориентация, анализ альтернатив.» (2018): 193-193.

352. Тимофеев Д.А., Кожанова В.А., Семчугова Е.Ю. Особенности системы управления качеством предоставляемых услуг // Международный научный журнал Инновационная наука. 2018. № 01. С. 35–37.

353. Тихомиров Ю.А. Правовое регулирование: теория и практика. М.: Формула права, 2010. 400 с.

354. Толстова А.З., Гусякова К.А. Анализ проблем малого бизнеса в современной экономике // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2–2. С. 364–368.

355. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер и др. - СПб. :

Питер, 2002. - 751 с.

356. Фатхутдинов Р.А. Экономика, стратегия, управление: учебник // М.: ИНФРА-М. 2017.

357. Феклистов И.Ф. Эффективное управление качеством ресурсов организаций сферы услуг // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. 2016. № 1. С. 54–57.

358. Феклистов И.Ф. Организационно-экономические аспекты инновационного управления качеством ресурсов организаций сферы услуг // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. 2016. № 3. С. 26–29.

359. Филатова Т.А. Современное состояние проблемы управления качеством в сфере услуг // Экономические науки. 2013. № 101. С. 47–51.

360. Фонов , Андрей Георгиевич, and Ольга Ефимовна Бергаль. «Территориальные кластеры как механизм пространственного развития Экономики России.» Журнал экономической теории 16.4 (2019): 673-687.

361. Фролова , Н. Н., А. В. Малюченко, М. А. Татарникова. «Государственное регулирование предпринимательской деятельности в регионе: Проблемы и тенденции.» Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем. 2020.

362. Харитонова Т.В., Евстигнеев А.С. Особенности применения различных подходов к планированию развития бытового обслуживания населения // Сервис plus. 2010. № 3.

363. Хаценко , Е. С., Л. С. Лычкина. «Предпосылки формирования сервисных кластеров в региональной экономике.» Российский экономический интернет-журнал 3 (2019): 81-81.

364. Хорева Л. В., Белых А. Л., Шраер А. В. Экосистема как инновационная форма сетевой межфирменной кооперации // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. – 2019. – №. 6 (52). – С. 48.

365. Хорева Л. В., Карпова Е. Г. Модель кластера сферы услуг: применение процессного подхода // Экономические науки. – 2015. – №. 132. – С. 66-72.

366. Хотинская Г.И. Инфраструктурные проблемы развития отрасли бытового обслуживания населения и пути их решения на региональном уровне // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. - № 6. – с. 14-19.

367. Хотинская Г.И. Инфраструктурные проблемы развития отрасли бытового обслуживания населения и пути их решения на региональном уровне // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 6. С. 49–55.

368. Хридина , Наталья Александровна. «Институционализация саморегулирования предпринимательских отношений как фактор развития гражданского общества.» Власть и управление на Востоке России 4 (93) (2020).

369. Центр контроля качества [Электронный ресурс]. URL: <https://www.quality.spb.ru/o-nas/ob-uchrezhdenii> (Дата доступа 15.03.2020).

370. Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг проводит семинар для предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newskolpino.ru/news/2018-07-18/tsentr-kontrolya-kachestva-tovarov-produktsii-rabot-i-uslug-provodit-seminar-dlya-predprinimateley/> (Дата доступа 15.03.2020).

371. Циганов , В. В., Цветкова В.И. Критерии и показатели оценки уровня организации управления предприятием // Проблемы развития пред-

принимательства в условиях кризиса: Сб. науч. ст. Всерос. науч.-практ. конф., 30 сент. 2010 г. / С.-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. 2010.

372. Чекурдаев , В. С. «Жилищный фонд России: проблемы и перспективы развития.» Международный журнал гуманитарных и естественных наук 4 (2018).

373. Черданцев , В. П. «Правовое и экономическое регулирование деятельности саморегулируемых организаций сферы услуг.» Электронное сетевое издание «Международный правовой курьер» 1 (2017): 105-111.

374. Черненко В. А. Международный рынок услуг / В. А. Черненко и др. - СПб. : Нестор-История, 2011. – 267 с.

375. Черненькая , Людмила Васильевна, Владимир Евстафьевич Магер, and Андрей Владимирович Черненький. «Системный подход в управлении качеством.» Системный анализ в проектировании и управлении. 2018.

376. Четверикова , Н. А., В. А. Шахова, and Д. А. Клевцова. «К вопросу о бытовом обслуживании населения.» Современные тенденции и технологии развития потенциала регионов. 2020.

377. Четыркина Н.Ю., Туманов К.М., Феклистов И.Ф. Обеспечение конкурентоспособности организации на основе менеджмента качества 2018.

378. Шавандина И.В., Кучин С.В., Козлов В.А. Эффективность развития сферы услуг в Российской Федерации // Вестник НГИЭИ. 2018. № 8 (87).

379. Шадрин В.Г., Шемчук М.А., Хмелевская Т.И. Характеристика методов оценки сервиса в банковской сфере // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 5–1 (47).

380. Шевяков А.Ю., Глухова О.Ю. Показатели качества предоставляемых услуг на предприятиях сферы сервиса 2017. 165–174 с.

381. Шелюховская Д.В. Анализ методик оценки качества бытового обслуживания населения 2016. 142–147 с.

382. Шелюховская С.М. Конкурентоспособность сервисной организации и качество услуг // Мир экономики и права. 2012. № 3. С. 20–25.

383. Шилкина А.Т. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий малого бизнеса // Вестник Волжского университета им. ВН Татищева. 2015. № 1 (33).

384. Элибиев , С. Б., С. Р. Магомадов. «Формирование и развитие региональных экономических кластеров в России.» Вестник Алтайской академии экономики и права 6 (2018): 212-216.

385. Эфендиева Д.С. Некоторые аспекты государственного регулирования сферы бытового обслуживания // Фундаментальные исследования. 2015. № 2 (21).

386. Юдин С. В., Протасьев В. Б. Использование контрольных карт Шухарта с переменными контрольными границами // Качество и жизнь. 2018. № 4. С. 72—76.

387. Ян Ю. Методы оценки конкурентоспособности предприятия сферы услуг // Экономика и социум. – 2020. – № 5-2 (72). – С. 522-526.

388. Янченко В.Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно–логический подход: учебное пособие // 2014.

389. Яшин , Николай Сергеевич, Татьяна Анатольевна Андреева. «Развитие системы вовлечения персонала в рамках системы менеджмента качества организации.» Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета 4 (73) (2018).

390. Яшина , Н. В. «Аудит качества как инструмент постоянного улучшения.» Инновационная наука 12 (2018): 108.

391. Akhmetshin E.M. [и др.]. Internal control system in enterprise management: Analysis and interaction matrices 2018.
392. Badri M.A., Davis D., Davis D. A study of measuring the critical factors of quality management // International Journal of Quality & Reliability Management. 1995.
393. Baral H. [и др.]. Economic evaluation of ecosystem goods and services under different landscape management scenarios // Land use policy. 2014. (39). С. 54–64.
394. Behara R.S., Gundersen D.E. Analysis of quality management practices in services // International Journal of Quality & Reliability Management. 2001.
395. Beshley , Mykola, et al. «Customer-Oriented Quality of Service Management Method for the Future Intent-Based Networking.» Applied Sciences 10.22 (2020): 8223.
396. Boeree C.G. Abraham Maslow // Personality Theories. 2006. С. 1–11.
397. Book of the papers. Proceedings of the International scientific conference «Digital transformation on manufacturing, infrastructure and service». 2018. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. [Электронный ресурс]. URL: <https://iopscience.iop.org/journal/1757-899X> (Дата доступа 17.05.2020).
398. Chunawalla S.A. Marketing Principles and Practice. / S.A. Chunawalla, Himalaya Publishing House, 2018.
399. Dahlgaard J.J., Khanji G.K., Kristensen K. Fundamentals of total quality management / J.J. Dahlgaard, G.K. Khanji, K. Kristensen, Routledge, 2008.
400. Dale B.G. [и др.]. Total quality management and theory: An exploratory study of contribution // Total quality management. 2001. № 4 (12). С. 439–449.
401. Dean Jr J.W., Bowen D.E. Management theory and total quality:

improving research and practice through theory development // Academy of management review. 1994. № 3 (19). C. 392–418.

402. Deming W. Edwards. The New Economics for Industry, Government, Education.— 2nd.— MIT Press, 2000.

403. Deming W. Edwards. Out of the Crisis.— MIT Press, 1986.

404. Deming W. Edwards Some Theory of Sampling. — Dover Publications, 1966.

405. Denton D.Keith. The Service Trainer Handbook : Managing service businesses in the 1990`s. - Intern.ed. - New York [etc.] : McGraw-Hill, [1992]. - VIII,128p.

406. Devi S.S., Reddy A.V. A conceptual study of mystery shopping as an ancillary method for customer surveys // Global Journal of Management And Business Research. 2016.

407. Domnin A., Makarova O., Martynenko O. Management of the economic subject and minimization of accounting risks // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Managem.

408. Garvin , David A. Managing Quality : The Strategic and Competitive Edge. - New York ; London : Macmillan, [1988]. - 319p.

409. George S.A. Productive efficiency, service quality and profitability: a comparative analysis of foreign and private banks in India // International Journal of Productivity and Quality Management. 2016. № 4 (18). C. 518–536.

410. Gitlow H.S. Quality management systems: a practical guide / H.S. Gitlow, CRC press, 2000.

411. Goetsch D.L., Davis S.B. Quality management for organizational

excellence / D.L. Goetsch, S.B. Davis, pearson Upper Saddle River, NJ, 2014.

412. Hackman J.R., Wageman R. Total quality management: Empirical, conceptual, and practical issues // *Administrative science quarterly*. 1995. С. 309–342.

413. Hoyle D. *Quality management essentials* / D. Hoyle, Routledge, 2007.

414. International Scientific Conference Global Challenges of Digital Transformation of Markets (GDTM-2020). 24 - 25 september, 2020. [Электронный ресурс]. URL: <http://gdtm.spbstu.ru/> (Дата доступа 05.10.2020).

415. Kaynak H. The relationship between total quality management practices and their effects on firm performance // *Journal of operations management*. 2003. № 4 (21). С. 405–435.

416. Khan , Rao Aamir, Adnan Mirza, and Muhammad Khushnood. «The role of total quality management practices on operational performance of the service industry.» *International Journal for Quality Research* 14.2 (2020).

417. Laitinen , Erkki K. *Framework for small business performance measurement : Towards integrated PM systems*. - Vaasa : Vaasan Yli-op., 1996. - 82p.

418. Lee H., Lee Y., Yoo D. The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction // *Journal of Services Marketing*. — 2000. — Vol. 14, 3. — P. 217—231.

419. Lytneva N., Parushina N., Polyanin A., Kyshtymova E., Vertakova Y. *Methods of complex analysis in management of commercial organizations owned capital* // *Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии*. 2020. № 2017. С. 2126.

420. McDONALD M. *Strategic marketing planning: theory and practice* // *The marketing book*. 2016. С. 87.

421. Oliveira Santos, Hannah, et al. «An approach to implement cleaner production in services: Integrating quality management process.» *Journal of Cleaner Production* 246 (2020): 118985.

422. Pashkina M., Plakhotnik M.S. Mystery shopping through the lens of organizational justice // *Industrial and Commercial Training*. 2018.

423. Plotnikov V., Volkova A.A., Nikitin Yu. Specificity of the state regulation of the service sector: structural approach // *Innovative Business Development-A Global Perspective*. Conference proceedings. 2018. C. 291-300.

424. Plotnikova E.V. Assessment of Conditions for Formation and Development of Human Capital in the Regions of the Russian Federation [Текст] / O.V. Zaborovskaia, E.V. Plotnikova, E.E. Sharafanova // *Asian Social Science*.- 2014.- No 21.- Pp. 267-274.

425. Porral C.C., Stanton J.L. Principles of marketing / C.C. Porral, J.L. Stanton, ESIC Editorial, 2017.

426. Porter L.J., Parker A.J. Total quality management—the critical success factors // *Total quality management*. 1993. № 1 (4). C. 13–22.

427. Saraph J. V, Benson P.G., Schroeder R.G. An instrument for measuring the critical factors of quality management // *Decision sciences*. 1989. № 4 (20). C. 810–829.

428. Slack N., Brandon-Jones A. Operations and process management: principles and practice for strategic impact / N. Slack, A. Brandon-Jones, Pearson UK, 2018.

429. Talib F. [и др.]. Total quality management and service quality: an exploratory study of quality management practices and barriers in service industry // *International Journal of Services and Operations Management*. 2011. № 1 (10). C. 94–118.

430. Tarí J.J. Components of successful total quality management // The TQM magazine. 2005.

431. Vinzant J.C., Vinzant D.H. Strategic management and total quality management: challenges and choices // Public Administration Quarterly. 1996. C. 201–219.

432. Wang R.Y. A product perspective on total data quality management // Communications of the ACM. 1998. № 2 (41). C. 58–65.

433. Wilkinson A. Managing with total quality management: theory and practice / A. Wilkinson, Macmillan International Higher Education, 1998.

434. Yaoyuneyong G. [и др.]. Resort mystery shopping: A case study of hotel service // Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 2018. № 3 (19). C. 358–386.

435. Yusof S.M., Aspinwall E. Total quality management implementation frameworks: comparison and review // Total quality management. 2000. № 3 (11). C. 281–294.

436. Zbaracki M.J. The rhetoric and reality of total quality management // Administrative science quarterly. 1998. C. 602–636.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов
бытового обслуживания, оказывающих услуги парикмахерских,
специализированных ногтевых студий

1. Критерии отнесения к высшей категории (салон красоты):

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие определенному количеству обязательных требований (не менее 17 показателей со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 1.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 1.1 не менее 16).

2. Критерии отнесения к первой категории (салон-парикмахерская):

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие определенному количеству обязательных требований (не менее 9 показателей со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 1.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 1.1 не менее 16).

3. Критерием отнесения ко второй категории (парикмахерская) является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица А - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги парикмахерских, специализированных ногтевых студий

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		
1.1. Наличие подтверждения о профессиональном образовании	+	+
1.2. Парикмахеры-модельеры (не менее 25% от общей численности парикмахеров), парикмахеры 5-го и 4-го разрядов, косметики 4-го разряда, а также маникюрши и педикюрши, имеющие стаж работы по специальности не менее двух лет	+	-
1.3. Парикмахеры-модельеры, парикмахеры 5-го и 4-го разрядов (не менее 50% от общей численности парикмахеров), а также косметики, маникюрши и педикюрши, имеющие стаж работы по специальности не менее одного года	-	+
1.4. Регулярное повышение профессионального уровня (квалификации) работников:		
1.4.1. Не менее одного раза в год	+	-
1.4.2. Не менее одного раза в два года	-	+
1.5. Ежегодное участие представителей предприятия в конкурсах, фестивалях парикмахерского искусства, выставках, семинарах, проведение "мастер-классов", выполнение профессиональных работ для театральных представлений и других мероприятий, требующих творческого подхода к оказанию услуг парикмахерских и т.п.	+	Д
2. Квалификация руководящего персонала:		
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д

2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
3. Использование современных (прогрессивных) технологий, оборудования и инструментов	+	+
4. Использование компьютерных технологий при оказании услуг	Д	Д
Элементы системы менеджмента качества		
5. Степень документированности технологических процессов - наличие и использование в процессе обслуживания:		
5.1. Журналов, учебников, технологических инструкций, охватывающих в совокупности все виды услуг парикмахерских, указанных в преискурантах	Д	Д
5.2. Должностных инструкций	Д	Д
6. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д
7. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д
8. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников, в т.ч. организация "мастер-классов", семинаров по парикмахерскому искусству и т.п.	Д	Д
9. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
Качество обслуживания		
10. Оформление и оборудование здания и залов обслуживания:		
10.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
10.2. Наличие элементов общего стиля одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	Д

10.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д
10.4. Наличие системы кондиционирования (климатической установки)	+	Д
10.5. Художественное оформление помещений (залов) для обслуживания потребителей	+	+
10.6. Наличие телевизора, журналов, музыкального оформления, других развлекательных элементов в зале ожидания	Д	Д
10.7. Использование одноразовых материалов (пеньюары, воротники, полотенца, простыни, салфетки и т.п.)	+	Д
11. Обособленность клиентов от других посетителей предприятия при получении услуг (приватность), достигаемая за счет наличия индивидуальных кабинетов или соответствующего размещения мебели в общем зале (в т.ч. VIP-кабинеты):		
11.1. Полная обособленность для любого клиента	Д	Д
11.2. Полная обособленность для отдельных клиентов и (или) частичная обособленность для всех клиентов	Д	Д
12. Состав услуг для объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги парикмахерских:		
12.1. Количество оказываемых услуг парикмахерских в соответствии с ОК 002-93 не менее	25	15
13. Состав услуг для специализированных ногтевых студий:		
13.1. Количество услуг в соответствии с ОК 002-93 не менее	4	3
13.2. Количество услуг в соответствии с Перечнем услуг специализированных ногтевых студий (таблица 1.2) не менее	8	6
14. Дополнительный сервис:		
14.1. Возможность оказания клиенту комплекса технологически совместимых услуг в одно посещение	+	+
14.2. Предварительная запись на обслуживание	+	+
14.3. Оказание консультационных услуг	+	+
14.4. Предложение напитков	+	Д

14.5. Предложение сопутствующих товаров, в т.ч. косметических и парфюмерных товаров	+	Д
14.6. Предоставление сопутствующих (смежных) оздоровительных услуг (солярий, массаж и т.п.)	Д	Д
14.7. Обеспечение безопасности хранения личных вещей потребителей - наличие персональных сейфов, гардероба, возможность сдачи потребителем вещей в персональную ячейку	Д	Д
15. Удобный режим работы:		
15.1. Количество часов работы в неделю более 65	Д	Д
15.2. Работа до 21 часа и позднее	Д	Д
15.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
16. Специальные условия обслуживания для отдельных (постоянных) категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.п.)	Д	Д
17. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д
18. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д
19. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
20. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+
21. Обеспечение выполнения заказов повышенной сложности и высокого качества (оригинальных, уникальных и т.п.), соответствующих современному и перспективному направлению моды	+	Д

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по ремонту обуви

1. Критерии отнесения к высшей категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 2.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 2.1 не менее 10).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 2.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 2.1 не менее 6).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица Б - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по ремонту обуви

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		
1.1. Стаж работы исполнителей услуг:		
1.1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более года, не менее (% от общей численности)	90	50
1.1.2. Наличие у специалистов документов, подтверждающих профессиональное образование, повышение квалификации и (или) аттестацию, не менее (% от общей численности специалистов)	90	50
1.2. Квалификация руководящего персонала:		
1.2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д
1.2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
2. Требования к составу помещений:		
2.1. Отдельное помещение для приема заказов	+	+
3. Проведение мероприятий по техническому обслуживанию оборудования	+	+
4. Наличие упаковочного материала для выдачи заказов или продажа пакетов из полимерных материалов	+	+
5. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д
6. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных	Д	Д

сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, выставках, положительных отзывов потребителей и т.п.		
7. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
8. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	Д	Д
Качество обслуживания		
9. Внешний вид объекта бытового обслуживания, оформление помещений для приема и выдачи заказов:		
9.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
9.2. Использование декоративных элементов и (или) художественное оформление	+	Д
9.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д
9.4. Использование специальной фирменной упаковки для выдачи заказов	Д	Д
9.5. Наличие фирменной одежды у работников, взаимодействующих с потребителями	+	Д
9.6. Наличие стенда с сопутствующими товарами, образцами применяемых материалов и т.п.	+	Д
9.7. Наличие комфортной зоны ожидания для потребителей	+	+
9.8. Возможность парковки автомобилей на прилегающей территории	Д	Д
10. Номенклатура оказываемых услуг по ремонту обуви в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению ОК 002-93 - количество услуг не менее	17	11
11. Выполнение срочного ремонта, сроки исполнения услуги:		
11.1. Не более трех часов	+	+
11.2. Не более 1,5 часа	+	Д
12. Удобный режим работы:		

12.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д
12.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д
12.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
13. Специальные условия обслуживания для отдельных категорий потребителей (система скидок, дисконтные карты и т.п.)	Д	Д
14. Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону	+	+
15. Предоставление населению дополнительной информации, связанной с оказанием услуг по ремонту обуви (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	Д	Д
16. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д
17. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
18. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов

1. Критерии отнесения к высшей категории:

- 1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;
- 2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 3.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 3.1 не менее 10).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 3.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 3.1 не менее 8).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица В - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		
1.1. Мастера-исполнители, имеющие стаж работы по специальности более пяти лет (для мастеров с высшим образованием - три года), не менее (% от общей численности)	50	-
1.2. Мастера-исполнители, имеющие стаж работы по специальности более двух лет (для мастеров с высшим	-	50

образованием - один год), не менее (% от общей численности)		
1.3. Наличие специалистов, прошедших обучение у одного или нескольких изготовителей принимаемого для ремонта и обслуживания оборудования	+	+
2. Квалификация руководящего персонала:		
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
3. Обеспеченность документацией, необходимой для ремонта и технического обслуживания оборудования	+	+
4. Наличие необходимого для ремонта и обслуживания инструмента, программного обеспечения, диагностического оборудования	+	+
5. Оборудование рабочего места для приема и выдачи заказов, обеспечивающее проверку работоспособности отремонтированной техники	+	+
6. Наличие склада запасных частей и расходных материалов	+	+
Элементы системы менеджмента качества		
7. Взаимодействие с организациями-изготовителями оборудования - объекта услуг (машин, приборов):		
7.1. Наличие у исполнителя статуса авторизованного (уполномоченного) сервисного центра	+	Д
7.2. При отсутствии у изготовителя системы авторизации - выполнение полного комплекса официальных требований изготовителя к сервисным центрам	+	Д
7.3. При отсутствии у изготовителя системы авторизации - наличие прямого договора о выполнении ремонта и технического обслуживания оборудования	+	Д
8. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д

9. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д
10. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	+	Д
11. Наличие элементов маркетинга на предприятии, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
Качество обслуживания		
12. Оформление и оборудование здания и залов обслуживания:		
12.1. Удобство и эстетическое оформление помещений (залов) для обслуживания потребителей	+	+
12.2. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
12.3. Наличие специальной (фирменной) одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	Д
12.4. Наличие фирменного стиля	Д	Д
13. Наличие парковки автомобилей на прилегающей территории	+	+
14. Состав услуг и формы обслуживания:		
14.1. Наличие срочного обслуживания и (или) ремонта оборудования (для высшей категории - в течение 12 часов)	+	Д
14.2. Наличие стационарной и выездной форм обслуживания	+	+
14.3. Доставка объектов ремонта или обслуживания	+	Д
14.4. Оказание помощи в погрузке (выгрузке) объектов ремонта и обслуживания на транспортное средство заказчика	Д	Д
14.5. Возможность вызова по телефону сотрудников предприятия для оформления/выполнения заказа	+	+

14.6. Временная замена (на период ремонта) объекта услуг на исправный, являющегося собственностью исполнителя	Д	Д
14.7. Продажа сопутствующих товаров	Д	Д
14.8. Специальные условия обслуживания для отдельных категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.д.)	Д	Д
15. Удобный режим работы:		
15.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д
15.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д
15.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
16. При ремонте на дому: время ожидания потребителем работника исполнителя услуг не более двух часов	Д	Д
17. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д
18. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д
19. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
20. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+
21. Отсутствие повторных ремонтов в период гарантийного срока, установленного исполнителем на выполненные им работы	+	Д

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по химической чистке и крашению

1. Критерии отнесения к высшей категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 4.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 4.1 не менее 9).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 4.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 4.1 не менее 7).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица Г - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по химической чистке и крашению

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		

1.1. Стаж работы исполнителей услуг:		
1.1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более трех лет, не менее (% от общей численности)	50	-
1.1.2. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	-	50
1.1.3. Наличие у специалистов документов, подтверждающих профессиональное образование, повышение квалификации и (или) аттестацию, не менее (% от общей численности)	90	50
2. Квалификация руководящего персонала:		
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
3. Проведение мероприятий по техническому обслуживанию технологического оборудования	+	+
Элементы системы менеджмента качества		
4. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д
5. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д
6. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	+	Д
7. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
Качество обслуживания		

8. Внешний вид здания и оформление помещений, стиль предприятия:		
8.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
8.2. Наличие специальной (фирменной) одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	Д
8.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д
8.4. Использование специальной фирменной упаковки для выдачи заказов	+	Д
8.5. Наличие парковки автомобилей на прилегающей территории	+	+
8.6. Удобство и эстетическое оформление помещений (залов) для обслуживания потребителей	+	+
9. Состав услуг и формы обслуживания:		
9.1. Номенклатура оказываемых услуг по химической чистке в соответствии с ОК 002-93 - количество услуг не менее	7	5
9.2. Выполнение срочной химической чистки	Д	Д
9.3. Антистатическая обработка	+	+
9.4. Грязеотгаливающая обработка поверхности ковров и ковровых изделий	Д	Д
9.5. Текущий ремонт одежды после химической чистки и крашения	+	+
9.6. Оказание услуг прачечных	Д	Д
9.7. Реставрация ковровых изделий (для предприятий, осуществляющих химическую чистку ковровых изделий)	+	Д
10. Удобный режим работы:		
10.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д
10.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д
10.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
11. Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону	+	+
12. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение	+	Д

информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)		
13. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	+	Д
14. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
15. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов
бытового обслуживания, оказывающих услуги прачечных

1. Критерии отнесения к высшей категории:

- 1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;
- 2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 5.1);
- 3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 5.1 не менее 10).

2. Критерии отнесения к первой категории:

- 1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;
- 2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 5.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 5.1 не менее 6).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица Д - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги прачечных

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		
1.1. Стаж работы исполнителей услуг:		
1.1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более трех лет, не менее (% от общей численности)	50	-
1.1.2. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	-	50
1.1.3. Наличие у специалистов документов, подтверждающих профессиональное образование, повышение квалификации и (или) аттестацию, не менее (% от общей численности)	40	20

2. Квалификация руководящего персонала:		
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
3. Проведение мероприятий по техническому обслуживанию технологического оборудования	+	+
Элементы системы менеджмента качества		
4. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д
5. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д
6. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	+	Д
7. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
Качество обслуживания		
8. Внешний вид здания и оформление помещений:		

8.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
8.2. Наличие специальной (фирменной) одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	Д
8.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д
8.4. Использование специальной фирменной упаковки для выдачи заказов	+	Д
8.5. Наличие парковки автомобилей на прилегающей территории	+	Д
8.6. Удобство и эстетическое оформление помещений (залов) для обслуживания потребителей	+	+
9. Состав услуг и формы обслуживания:		
9.1. Номенклатура оказываемых услуг прачечных в соответствии с ОК 002-93 - количество услуг не менее	14	8
9.2. Выполнение срочной стирки	Д	Д
9.3. Предложение потребителю стирки самообслуживанием	Д	Д
9.4. Придание изделиям специальных свойств: белизны (отбеливание, подсинивание), блеска, устойчивости к загрязнению, уменьшения сминаемости (крахмаление), гигиенической чистоты (дезинфекция), приятного запаха (дезодорация, ароматизация); антистатическая обработка	Д	Д
9.5. Мелкий ремонт изделий	Д	Д
10. Удобный режим работы:		
10.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д
10.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д

10.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
11. Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону	+	+
12. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д
13. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	+	Д
14. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
15. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по уборке зданий, помещений

1. Критерии отнесения к высшей категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 6.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 6.1 не менее 9).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 6.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 6.1 не менее 6).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица Е - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги по уборке зданий, помещений

Показатели	Высшая категория	Первая категория
1	2	3
Факторы качества		
1. Состав и квалификация работников:		
1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более трех лет, не менее (% от общей численности)	40	-
1.2. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	-	50

2. Квалификация руководящего персонала:		
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года	Д	Д
3. Регулярное обслуживание технологического оборудования, в т.ч. для обеспечения безопасности его эксплуатации	+	+
4. Предложение расширенного ассортимента химических средств для одного типа услуг для выбора потребителем	+	Д
Элементы системы менеджмента качества		
5. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д
6. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д
7. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	Д	Д
8. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	Д	Д
Качество обслуживания		
9. Оформление и стиль:		
9.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д
9.2. Эстетическое оформление помещений для приема потребителей	+	Д
9.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д
9.4. Наличие специальной (фирменной) одежды у профессиональных уборщиков	+	+
9.5. Наличие парковки для автомобилей на прилегающей территории	Д	Д

10. Состав услуг и дополнительный сервис:		
10.1. Ассортимент оказываемых услуг согласно перечню ГОСТ Р 51870-2002 не менее (%)	50	40
10.2. Возможность обеспечения срочного обслуживания	+	Д
10.3. Осуществление мелкого ремонта при оказании услуг	Д	Д
11. Удобный режим работы:		
11.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д
11.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д
11.3. Работа в воскресные дни	Д	Д
12. Специальные условия обслуживания для отдельных (постоянных) категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.п.)	Д	Д
13. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д
14. Возможность вызова по телефону сотрудников для оформления заказа	+	Д
15. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д
16. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д
Качество результата услуг		
17. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов бытового обслуживания, оказывающих фотоуслуги

1. Критерии отнесения к высшей категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 7.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 7.1 не менее 10).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 7.1);

2) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 7.1 не менее 7).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица Ж - Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих фотоуслуги

Показатели	Тип объекта					
	фотоцентр		фотография		фотолаборатория	
	Категория					
	высшая	первая	высшая	первая	высшая	первая

1	2	3	4	5	6	7
Факторы качества						
1. Состав и квалификация работников:						
1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	50	-	50	-	50	-
1.2. Наличие у специалистов документов, подтверждающих профессиональное образование, повышение квалификации и (или) аттестацию, не менее (% от общей численности)	50	30	50	30	30	30
2. Квалификация руководящего персонала:						
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д	Д	Д	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями	Д	Д	Д	Д	Д	Д

администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние три года						
3. Использование цифровых технологий	+	Д	Д	Д	+	Д
4. Использование условных схем освещения наиболее типичных объектов фотосъемки (людей, предметов) и оборудования для специального освещения	+	Д	+	Д	-	-
Элементы системы менеджмента качества						
5. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д	Д	Д	Д	Д
6. Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, выставках,	+	Д	Д	Д	Д	Д

положительных отзывов потребителей и т.п.						
7. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	+	Д	Д	Д	Д	Д
8. Наличие элементов маркетинга, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	+	Д	Д	Д	Д	Д
Качество обслуживания						
9. Внешний вид здания и оформление помещений:						
9.1. Наличие световых элементов оформления здания	Д	Д	Д	Д	Д	Д
9.2. Использование декоративных элементов и (или) художественное оформление	+	Д	+	Д	+	Д
9.3. Наличие фирменного стиля	Д	Д	Д	Д	Д	Д

9.4. Наличие специальной фирменной упаковки для выдачи заказов	+	Д	+	Д	+	Д
9.5. Наличие фирменной одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	Д	+	Д	+	Д
9.6. Наличие отдельных помещений для зала приема и ожидания заказов, зала съемки	+	Д	+	Д	+	Д
10. Номенклатура оказываемых фотоуслуг:						
10.1. Рекламная фотосъемка	Д	Д	Д	Д	Д	Д
10.2. Фотосъемка и изготовление фотоотпечатков в присутствии заказчика	Д	Д	Д	Д	-	-
10.3. Услуги по химико-фотографической или компьютерной обработке фотоматериалов заказчика и изготовление фотоотпечатков с них	+	Д	-	-	+	Д
10.4. Художественная обработка и (или) реставрация и восстановление фотоизображений на	Д	Д	Д	Д	+	Д

аналоговых и цифровых носителях						
10.5. Художественные методы фотопечати и оформления фотоизображения	+	Д	+	Д	+	Д
11. Дополнительные услуги:						
11.1. Реализация фототоваров и сопутствующей продукции	+	Д	Д	Д	+	Д
11.2. Срочное изготовление фотоизображений	+	Д	+	Д	+	Д
11.3. Возможность предварительного заказа фотоуслуги	+	Д	+	Д	-	-
11.4. Возможность выездного оказания фотоуслуг	+	Д	Д	Д	Д	Д
12. Удобный режим работы:						
12.1. Количество часов работы в неделю более 60	Д	Д	Д	Д	Д	Д
12.2. Работа до 20 часов и позднее	Д	Д	Д	Д	Д	Д
12.3. Работа в воскресные дни	Д	Д	Д	Д	Д	Д
13. Специальные условия обслуживания для отдельных	Д	Д	Д	Д	Д	Д

(постоянных) категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.п.)						
14. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д	Д	Д	Д	Д
15. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	+	Д	Д	Д	Д	Д
16. Наличие зарегистрированного в установленном порядке знака обслуживания (товарного знака) и его активное использование	Д	Д	Д	Д	Д	Д
Качество результата услуг						
17. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+	+	+	+	+

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям объектов
бытового обслуживания, оказывающих услуги бань и душевых

1. Критерии отнесения к высшей категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Высшая категория" таблицы 8.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 8.1 не менее 6).

2. Критерии отнесения к первой категории:

1) наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р;

2) соответствие обязательным требованиям (показатели со знаком "+" и количественные значения в колонке "Первая категория" таблицы 8.1);

3) соответствие определенному количеству дополнительных показателей (сумма баллов по дополнительным показателям "Д" таблицы 8.1 не менее 5).

3. Критерием отнесения ко второй категории является наличие сертификата соответствия на оказываемую услугу в Системе сертификации ГОСТ Р.

Таблица 3 -Обязательные требования и дополнительные показатели для определения высшей или первой категории объектов бытового обслуживания, оказывающих услуги бань и душевых

Показатели	Отделения бань		Номера бань		Ванно-душевые отделения
	высшая	первая	высшая	первая	первая
1	2	3	4	5	6
Факторы качества					
1. Состав и квалификация работников:					
1.1. Доля специалистов, имеющих стаж работы по специальности более одного года, не менее (% от общей численности)	50	Д	50	Д	Д
2. Квалификация руководящего персонала:					
2.1. Наличие в администрации предприятия сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса	Д	Д	Д	Д	Д
2.2. Повышение квалификации представителями администрации предприятия в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние 3 года	Д	Д	Д	Д	Д
3. Требования к составу помещений:					
3.1. Ожидальная	-	-	+	+	+
3.2. Раздевальная	+	+	+	+	+
3.3. Мыльная с обмывочными душами или помещение с душами	+	+	+	+	-

3.4. Парильная или жаркие помещения	+	+	+	+	Д
3.5. Наличие различных видов жарких помещений (парильных) в отделении (номере)	Д	Д	Д	Д	Д
3.6. Микробассейн (охлаждающий) или купально-плавательный бассейн	+	+	+	+	+
3.7. Специально оборудованная комната отдыха	+	+	-	-	-
3.8. Кабины закрытого типа с душами или ванными	-	-	-	-	+
Элементы системы менеджмента качества					
4. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества	Д	Д	Д	Д	Д
5. Наличие документов, подтверждающих качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия, свидетельств об участии исполнителя в конкурсах, выставках, положительных отзывов потребителей и т.п.	Д	Д	Д	Д	Д
6. Организация мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников	Д	Д	Д	Д	Д
7. Наличие элементов маркетинга на предприятии, в т.ч. организации "обратной связи" - опросы или анкетирование потребителей с последующим анализом полученной информации в целях повышения качества	+	Д	+	Д	Д
Качество обслуживания					
8. Внешний вид, оборудование и оформление здания и отделений (номеров):					

8.1. Художественное оформление помещений	+	Д	+	Д	Д
8.2. Наличие фирменного стиля	Д	Д	Д	Д	Д
8.3. Наличие специальной одежды у работников, взаимодействующих с потребителем	+	+	+	+	+
8.4. Наличие развлекательных элементов (бильярд, музыкальная аппаратура, телевизор и т.п.)	+	Д	-	-	-
8.5. Сейфы для хранения ценных вещей	Д	Д	Д	Д	-
9. Дополнительный сервис:					
9.1. Водолечебные процедуры	Д	Д	Д	Д	Д
9.2. Массаж	Д	Д	Д	Д	Д
9.3. Услуги прачечных	Д	Д	Д	Д	-
9.4. Услуги парикмахерских	+	+	+	+	Д
9.5. Предоставление фенов (сушуаров)	+	+	+	+	+
9.6. Реализация сопутствующих товаров (веников, полотенец, мыла и т.п.)	+	Д	+	+	Д
9.7. Реализация чая и безалкогольных напитков	+	+	+	+	Д
10. Удобный режим работы:					
10.1. Количество часов работы в неделю более 65	+	Д	+	Д	Д
10.2. Работа до 21 часа и позднее	+	Д	+	Д	Д
10.3. Работа в воскресные дни	Д	Д	Д	Д	Д
11. Специальные условия обслуживания для отдельных категорий потребителей (система скидок, дисконтных карт и т.п.)	Д	Д	Д	Д	Д

12. Предоставление населению дополнительной информации о предприятии и его услугах (размещение информации в справочниках, средствах массовой информации и др.)	+	Д	+	Д	Д
13. Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков	Д	Д	Д	Д	Д
14. Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону, возможность заказа услуги по телефону	+	Д	+	Д	Д
Качество результата услуг					
15. Отсутствие обоснованных жалоб потребителей в течение года, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке	+	+	+	+	+