

Н.А. БАРКАН
Я.С. ЯДГАРОВ

БИБЛИОТЕЧКА
МАСТЕРА
СЛУЖБЫ БЫТА

КАЧЕСТВО УСЛУГ
И КУЛЬТУРА
ОБСЛУЖИВАНИЯ
НАСЕЛЕНИЯ

Н.А. БАРКАН
Я.С. ЯДГАРОВ

**КАЧЕСТВО УСЛУГ
И КУЛЬТУРА
ОБСЛУЖИВАНИЯ
НАСЕЛЕНИЯ**

МОСКВА
«ЛЕГКАЯ И ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»
1984

ББК 65.9(2)44
Б 25
УДК 658.387.64:64

Баркан Н. А., Ядгаров Я. С.
Б 25 **Качество услуг и культура обслуживания населения.— М.: Легкая и пищевая пром-сть, 1984, с. 80 (Биб-ка мастера службы быта).**

Рассмотрены показатели качества услуг и культуры обслуживания в службе быта. Даны основные направления и резервы повышения качества бытовых услуг. Представлены новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания. Обобщен передовой опыт работы победителей в социалистическом соревновании по повышению качества услуг и культуры обслуживания.

Для мастеров предприятий бытового обслуживания населения города и сельской местности.

Б 3404000000—228 228—84
044(1)—84

ББК 65.9(2)44
338кх

Рецензенты: *канд. экон. наук Ю. Л. Донин,*
канд экон. наук С. Ф. Моргун

Надежда Андреевна Баркан,
Яков Семенович Ядгаров

КАЧЕСТВО УСЛУГ И КУЛЬТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Редактор О. Ф. Михайлова
Художественный редактор И. В. Тыртычный
Технический редактор Н. В. Черенкова
Корректор О. И. Галанова
ИБ № 308

Сдано в набор 14.03.83. Подписано в печать 21.12.83. Т-15565. Формат 84×108¹/₃₂. Бумага типографская № 2. Литературная гарнитура. Высокая печать. Объем 2,5 п. л. Усл. п. л. 4,2. Усл. кр.-отт. 4,62. Уч.-изд. л. 4,27. Тираж 35,000 экз. Заказ 613. Цена 25 коп.

Издательство «Легкая и пищевая промышленность», 113035, Москва, М-35, 1-й Кадашевский пер., 12

Московская типография № 19 Союзполиграфпрома
при Государственном комитете СССР
по делам издательств, полиграфии и книжной торговли,
107078, Москва, Каланчевский туп., 3/5

© Издательство «Легкая и пищевая
промышленность», 1984.

ВВЕДЕНИЕ

Принятая XXVI съездом КПСС социально-экономическая программа повышения материального и культурного уровня жизни советского народа предусматривает значительное улучшение бытового обслуживания населения.

В СССР впервые в мире бытовое обслуживание населения стало общественным делом. Его возросшее значение закреплено в новой Конституции СССР (статья 24), в которой сказано, что бытовое обслуживание действует и развивается как государственная система. Дальнейшее улучшение бытового обслуживания населения рассматривается сегодня в качестве одной из узловых проблем развития нашей экономики.

Неуклонный подъем экономики страны, постоянное повышение материального и культурного уровня жизни советского народа создают благоприятные возможности для дальнейшего расширения и улучшения бытового обслуживания.

Бытовое обслуживание как отрасль народного хозяйства в своем развитии опирается на мощный производственный и научно-технический потенциал социалистической экономики.

За годы одиннадцатой пятилетки (1981—1985 гг.) реальные доходы на душу населения возрастут на 16—18%, розничный товарооборот увеличится на 22—25%, а среднемесячная заработная плата рабочих и служащих повысится на 13—16% и будет доведена к концу пятилетки до 190—195 руб. в месяц*.

Исходя из экономической стратегии КПСС и главной задачи одиннадцатой пятилетки предусматривается осуществить систему мер по значительному улучшению

* Материалы XXVI съезда КПСС. М., 1981, с. 176, 177.

бытового обслуживания населения: увеличить объем реализации бытовых услуг в 1,4—1,5 раза; повысить качество выполнения заказов и культуру обслуживания; предусмотреть более высокие темпы роста объема реализации бытовых услуг в сельской местности; полнее удовлетворить потребности населения во всех видах бытовых услуг; осуществить прогрессивные сдвиги в структуре услуг, развивая опережающими темпами ремонтные виды работ и услуги личного характера*.

С ростом благосостояния советских людей все настоятельнее становится требование производить не просто больше товаров и услуг, а повышать их качество, полнее удовлетворять запросы потребителей. Основными факторами, определяющими потребление бытовых услуг населением, становятся: качество, возможность получить услугу быстро, с учетом индивидуальных запросов, при высокой эстетической оценке и удобстве, а также высокая культура обслуживания. Обеспечение необходимого качества исполнения заказов, повышение культуры обслуживания способствуют росту престижа службы быта и определяют темпы и уровень ее развития.

Бытовое обслуживание населения — высокодинамичная отрасль. Объемы производства и реализации бытовых услуг населению удваиваются каждые 7—8 лет, а услуги сельскому населению — каждые 5—6 лет. Ежедневно почти 15 млн. трудящихся нашей страны, в том числе свыше 1 млн. москвичей и гостей столицы, пользуются услугами предприятий службы быта. Сейчас населению предоставляется около 1000 видов бытовых услуг. Появились и находят широкое признание такие прогрессивные формы обслуживания, как абонементный ремонт бытовой техники и радиотелевизионной аппаратуры, выполнение заказов на дому, в учреждениях, на предприятиях, срочное исполнение заказов, обменный фонд, доставка заказов на дом и др. Эти формы значительно сокращают затраты времени населения на получение разнообразных услуг.

* Основные направления развития бытового обслуживания населения РСФСР на 1981—1985 годы и на период до 1990 года в свете решений XXVI съезда КПСС. М., ЦЕНТИ, 1981, с. 9.

В январе 1977 г. ЦК КПСС принял чрезвычайно важное для улучшения бытового обслуживания населения постановление «О работе Министерства бытового обслуживания населения РСФСР по улучшению качества выполнения заказов и повышению культуры обслуживания», в котором определены главные направления развития службы быта на длительный перспективный период.

Для улучшения обслуживания населения и сокращения потерь рабочего времени большое значение имеют последние постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР о принятии практических мер по дальнейшему развитию и улучшению бытового обслуживания населения.

Повышение качества бытовых услуг и культуры обслуживания имеет большое социально-экономическое значение. В социальном плане значение этой проблемы заключается в рациональном использовании внерабочего (свободного) времени трудящихся, максимальном удовлетворении потребностей населения в разнообразных видах бытовых услуг; в экономическом — в сбережении потенциала прошлого труда, экономии государственных средств на выпуск новых товаров, т. е. в создании дополнительных резервов в капитальных вложениях, материальных, трудовых и финансовых ресурсах. Следовательно, улучшение качества бытовых услуг и повышение культуры обслуживания способствуют ускорению темпов развития службы быта, улучшению пропорций нашей социалистической экономики, улучшению деятельности предприятий других отраслей народного хозяйства за счет сокращения различных потерь рабочего времени, а также ускорению денежного обращения, увеличению производства материальных благ и услуг, росту национального дохода, производительности общественного труда, и, в конечном счете, повышению материального благосостояния трудящихся, увеличению свободного времени населения. Все изложенное позволяет сделать вывод: улучшение качества бытовых услуг и повышение культуры обслуживания — серьезная и важная проблема, решение которой позволит внести существенный вклад в дело дальнейшего повышения благосостояния советских людей и совершенствования социалистической экономики.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ «КАЧЕСТВО БЫТОВЫХ УСЛУГ» И «КУЛЬТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ»

Для определения основных направлений повышения качества услуг и культуры обслуживания населения наиболее важной является исходная теоретическая позиция в понимании сущности данных понятий.

В 1974 г. в Минске на первом межреспубликанском совещании-семинаре на тему «Пути повышения качества бытового обслуживания» были подведены некоторые итоги исследований и сделана попытка выработать общую позицию в теоретическом определении сущности понятий «качество бытовых услуг» и «культура обслуживания населения». Эти понятия следует рассматривать, исходя из двух сторон деятельности предприятий службы быта: **процесса производства услуги и процесса обслуживания населения.**

Под качеством услуг следует понимать соответствие отремонтированных или изготовленных изделий стандартам, техническим условиям и другой нормативно-технической документации, а также индивидуальным запросам заказчиков при определенных затратах средств и труда. При этом следует иметь в виду, что понятие «качество бытовой услуги» охватывает только те свойства услуги, которые связаны с возможностью удовлетворения определенных потребностей человека.

Качество бытовых услуг в общественном масштабе предполагает удовлетворение социальных потребностей общества и характеризует целесообразность их производства. Для общества безразлично, при каких общественных затратах будет достигнут тот или иной уровень качества услуг. Как известно, категория «качество» непосредственно связана с потребительной стоимостью товара. Потребительная стоимость есть полезность вещи, ее способность удовлетворять какие-либо человеческие потребности. К. Маркс подчеркивал, что потребительная стоимость проявляется лишь в пользовании или потреблении товара. Следовательно, эта категория относится к процессу личного и производственного потребления. Но качество и потребительная стоимость — понятия не идентичные.

Характеризуя товар как единство потребительной стоимости и стоимости, К. Маркс отмечал, что «как потребительные стоимости товары различаются... качественно»*. Это различие определяется степенью их полезности.

Следовательно, если потребительная стоимость характеризует полезность товара, то качество есть степень этой полезности, проявляющаяся в потреблении. Степень полезности конкретной потребительной стоимости будет тем выше, чем выше уровень тех или иных свойств товара и чем лучше благодаря этим свойствам товар удовлетворяет ту или иную потребность. Поэтому экономистов прежде всего интересуют не сами по себе свойства товаров, а экономический результат от их использования в конкретных условиях потребления, а также наиболее экономичные пути достижения тех или иных свойств товара.

Полезность вещи является основным условием ее реализации, предпосылкой ее стоимости. На это указывал К. Маркс: «Вещь не может быть стоимостью, если она не будет предметом потребления». Если вещь бесполезна, то и затраченный на эту вещь труд является бесполезным и не считается за труд», поэтому «не образует никакой стоимости». Только при условии, что качество товара удовлетворяет определенную общественную потребность, труд, затраченный на производство этого товара, получает общественное признание, а качество товара становится носителем меновой стоимости.

Объективный исторический характер процесса улучшения качества продукции и услуг обусловлен развитием производительных сил и ростом производительности труда. В основе постоянного улучшения качества лежит действие объективного закона «возвышающихся потребностей», сформулированного В. И. Лениным**. По мере развития производительных сил и в непосредственной зависимости от них расширяются человеческие потребности. С возвышением уровня потребностей возрастают требования к качеству, возникает необходимость его совершенствования и улучшения.

Качество нельзя рассматривать как нечто неизменное, раз и навсегда данное. Для него характерна дина-

* Маркс К. и Энгельс Ф. Соч., изд. 2-е, т. 23, с. 46.

** Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 1, с. 101—102.

мичность, изменчивость во времени. Под воздействием технического прогресса и общественных потребностей постоянно происходят изменения требований к качеству продукции и ее свойствам. Требования к качеству изменяются в зависимости от развития техники, науки, культуры, жизненного уровня людей и ряда других факторов.

Теоретически повышение качества безгранично, поскольку этот процесс является объективным следствием научно-технического прогресса. Практически повышение качества имеет определенные технические и экономические границы. Технические границы определяются свойствами исходных материалов, пределом прочности конструкции, химическим составом; они, как правило, шире экономических границ. Что же касается экономических границ, то они означают степень экономически целесообразного повышения качества. Например, качество продукции целесообразно повышать в тех пределах, при которых данное изделие наиболее полно удовлетворяет ту потребность, для которой оно предназначено. При этом общественные потребности не могут рассматриваться изолированно от располагаемых на данный период обществом ресурсов. Так как в каждый конкретный период времени общество обладает ограниченными ресурсами, то оно должно сопоставлять необходимые потребности в услугах определенного качества с имеющимися возможностями (материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами) и так распределять ресурсы, чтобы в максимально возможной степени обеспечивать удовлетворение общественных потребностей.

Именно сопоставление общественных потребностей с ресурсами позволяет оптимизировать качество изделия, создать его общественно необходимый уровень, который определяется целым рядом факторов: уровнем развития производительных сил и тенденциями их изменения под влиянием научно-технического прогресса, структурой и динамикой общественных потребностей, национально-историческими и климатическими условиями жизни общества и т. п. Таким образом, качество характеризует меру полезности, степень удовлетворения определенной общественной потребности. Такая оценка качества наиболее полно соответствует экономическому аспекту, отражает степень удовлетворения конкретных

потребностей, раскрывает сущность качества как экономической категории.

Проблему качества в отрасли бытового обслуживания следует рассматривать с народнохозяйственной позиции, увязывая ее с общественно необходимыми затратами на создание бытовых услуг. С экономической точки зрения, высокий уровень качества бытовой услуги — «это не максимально высокое качество, которое может быть достигнуто в данных условиях производства, а качество оптимальное, которое социально и экономически оправдано»*. Требования, предъявляемые к качеству бытовых услуг и культуре обслуживания населения, формируются под воздействием социально-экономических условий производства услуг и их потребления. К ним относятся: повышение материального и культурного уровня жизни трудящихся, высокие темпы научно-технического прогресса в отраслях материального производства, повышение обеспеченности населения товарами и услугами, изменение социальных условий жизни и быта. Поэтому проблема качества в отрасли — проблема динамичная и с развитием экономики страны становится все более актуальной.

Итак, качество бытовых услуг и культуру обслуживания следует рассматривать в совокупности как технико-экономическую категорию, зависящую от ряда факторов (схема 1).

Культура обслуживания характеризуется совокупностью условий, обеспечивающих создание максимальных удобств заказчику, направленных на получение услуги в минимальные сроки при хорошем обслуживании (сюда относятся: рациональное размещение предприятий, удобный для заказчика режим работы, применение прогрессивных форм обслуживания, вежливое, предупредительное отношение к заказчикам со стороны работников предприятия).

Категории «качество услуг» и «культура обслуживания» взаимозависимы. В конечном счете они определяют основную задачу, поставленную перед отраслью бытового обслуживания: не только полнее удовлетворять потребности населения в различных бытовых ус-

* Горанин А. И. Вопросы качества бытовых услуг, М., 1975, с. 12.



лугах, но и исполнять их при высоком качестве и культуре обслуживания*.

Высокая культура обслуживания предполагает сведение всех затрат времени на получение услуг до минимума. Это обеспечивается прежде всего рациональным размещением служб по приему и выдаче заказов, их оптимальным режимом работы, широким развитием новых, прогрессивных форм обслуживания, применением специализированного транспорта. Повышение культуры обслуживания — это и улучшение условий предо-

* Шатаев И. М. Основы организации бытового обслуживания населения. М., 1980, с. 233.

ставления услуг населению, условий, в которых складываются взаимоотношения заказчика с предприятиями бытового обслуживания.

Культура обслуживания предполагает высокую этику взаимоотношений мастер—клиент, а также эстетику труда в процессе обслуживания заказчика. Внимательность к заказчику, постоянная и своевременная информация о видах предоставляемых услуг, формах и методах обслуживания, обеспечение комфорта для посетителей — все это слагаемые высокой культуры обслуживания.

ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА УСЛУГ И КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Соответствие стандартам и другим действующим нормативно-техническим документам, а также индивидуальным запросам заказчиков, соблюдение Правил бытового обслуживания населения и норм профессиональной этики работниками, вступающими в непосредственный контакт с потребителями услуг, максимальное сокращение затрат времени на получение бытовых услуг — вот главные условия качественных сдвигов в развитии отрасли бытового обслуживания на современном этапе. Практическую реализацию этих условий в значительной степени обуславливает всемерное улучшение показателей, характеризующих качество бытовых услуг и культуру обслуживания населения.

Показателем качества бытовых услуг является количественная характеристика свойств услуги, рассматриваемая применительно к условиям ее производства или потребления. Иначе говоря, показатель качества услуги количественно характеризует ее способность удовлетворять индивидуальные потребности заказчика и может быть выражен в различных единицах (штуках, баллах, процентах) или безразмерной величиной.

Для оценки качества продукции и услуг может быть использована система единичных, комплексных и обобщающих показателей.

Единичный показатель — это показатель, относящийся только к одному из свойств качества продукции и услуг. Например, для обуви таким показателем может быть жесткость, для кожи — паропроницаемость,

для швейных изделий — нормативы допусков на свободное облевание фигуры человека, на ширину швов, усадку ткани и др.

Комплексный показатель — это показатель, относящийся к нескольким свойствам. Например, органолептическая оценка качества одежды, обуви при их аттестации.

В качестве **обобщающего** показателя качества может быть использован **интегральный показатель**, отражающий соотношение суммарного полезного эффекта от эксплуатации или потребления продукции и суммарных затрат на ее создание и эксплуатацию или потребление.

В настоящее время для предприятий бытового обслуживания при планировании качества бытовых услуг используется система показателей, которая для каждой отраслевой группы услуг имеет свои специфические особенности.

К показателям, характеризующим качество исполнения услуг, относятся:

- удельный вес заказов, сданных заказчику с первого предъявления, %;

- качество исполнения заказов, баллы;

- удельный вес услуг, реализованных в салонах (ателье) высшего разряда, %;

- удельный вес одобрительных оценок заказчиков за качество исполнения заказа, %;

- количество жалоб (на 1000 заказов) на неудовлетворительное качество исполнения заказа (качество услуг растет с уменьшением количества жалоб).

К показателям, характеризующим культуру обслуживания, относятся:

- удельный вес приемных пунктов, аттестованных на звание «Образцовый по культуре обслуживания», %;

- количество жалоб (на 1000 заказов) на культуру обслуживания и нарушение сроков исполнения заказов (культура обслуживания растет с уменьшением количества жалоб);

- удельный вес заказов, выполненных в установленный срок, %;

- удельный вес одобрительных оценок заказчиков за культуру обслуживания, %.

Рассмотрим более подробно методы определения показателей, характеризующих культуру обслуживания населения.

Удельный вес приемных пунктов (в %), аттестованных на звание «Образцовый по культуре обслуживания» $У_{обр}$, определяется как отношение количества приемных пунктов, аттестованных на звание «Образцовый по культуре обслуживания» $К_{обр}$, к общему количеству приемных пунктов $К_{общ}$.

$$У_{обр} = (К_{обр}/К_{общ}) 100.$$

Показатель количества жалоб (на 1000 заказов) на культуру обслуживания и нарушение сроков исполнения заказов $К_{1000}$ рассчитывается по формуле

$$К_{1000} = (К_{ж}/К_{общ}) 1000,$$

где $К_{ж}$ — количество жалоб заказчиков на культуру обслуживания и нарушение сроков, ед.; $К_{общ}$ — общее количество выполненных заказов, ед.

При определении удельного веса заказов, выполненных в установленный срок, максимальный срок исполнения заказа определяется для данного предприятия или его подразделения в соответствии с действующими Правилами бытового обслуживания населения, утвержденными Минбытом РСФСР 30 декабря 1977 г. При этом установленным считается срок, определенный в соответствии с Правилами, согласованный с заказчиком и указанный в квитанции.

Этот показатель рассчитывается по формуле

$$У_c = (К_{в,с}/К_{общ}) 100,$$

где $К_{в,с}$ — количество заказов, выполненных в установленный срок, ед.; $К_{общ}$ — общее количество выполненных заказов, ед.

Удельный вес одобрительных оценок заказчиков за культуру обслуживания определяется как отношение количества одобрительных оценок $К_{о,о}$, поставленных заказчиками в квитанциях, к общему количеству выполненных заказов $К_{общ}$

$$У_{о,о} = (К_{о,о}/К_{общ}) 100.$$

Наряду с единичными показателями, характеризующими качество исполнения заказов, в некоторых от-

раслевых группах услуг (ремонт и пошив одежды, обуви и др.) используются комплексные показатели, с помощью которых оценивается уровень качества исполнения заказов.

Например, уровень качества исполнения заказа при пошиве одежды оценивается с использованием базового показателя 40 баллов. В 1967 г. ЦОТШЛ* впервые в отрасли службы быта разработала и внедрила на швейных предприятиях Положение о контроле качества исполнения и порядке сдачи швейных изделий заказчикам с первого предъявления, а начиная с 1975 г. внедрялась комплексная система управления качеством (КСУК). Качество швейных изделий оценивается по 40-балльной системе следующим образом:

по модели: соответствие изделия модным образцам-эталонам и соответствие выбранного фасона внешнему облику, фигуре заказчика и назначению изделия — 7 баллов; соответствие основных материалов, подкладки, прикладных и отделочных материалов назначению и характеру модели (художественное оформление модели) — 4 балла;

по конструкции: качество посадки изделия на фигуре заказчика (баланс, посадка рукавов, воротника и т. д.) — 7 баллов; современность конструкции (ее соответствие направлению моды) — 7 баллов;

по материалам (структура, гамма цветов, рисунок): основные материалы — 5 баллов; подкладка и прикладные материалы — 3 балла;

по технологии изготовления: соответствие требованиям научно-технической документации — 3 балла; качество влажно-тепловой обработки и товарный вид изделия — 4 балла.

По степени качества изделия подразделяют на три группы.

К первой группе относятся изделия высшего качества, итоговая оценка по которым равна 32—40 баллам. Если оценка одного из показателей изделия имеет половину установленного норматива баллов или меньше, то независимо от суммарной оценки оно относится ко второй группе.

* Центральная опытно-техническая швейная лаборатория Министерства бытового обслуживания населения РСФСР.

Если изделие не вполне соответствует современным требованиям по одному показателю или ряду показателей, но эти показатели могут быть доведены до соответствующего уровня путем проведения необходимых организационно-технических и экономических мероприятий, то его относят к третьей группе (28—18 баллов). Изделия с итоговой оценкой ниже 14 баллов не рекомендуются для производства по индивидуальным заказам.

В методике, разработанной ЦОТШЛ, рекомендуются следующие показатели, характеризующие качество производства услуг в швейной отраслевой группе услуг:

обобщенный показатель качества изготовления и ремонта одежды 40 баллов, в том числе: эстетические показатели 20 баллов; конструктивно-экономические 10 баллов; технологические — 10 баллов.

Рассмотрим методику расчета коэффициента качества исполнения заказов $K_{к.з.}^*$ применительно к фабрике химчистки и крашения одежды. Максимальное значение показателя $K_k=1$, а весомость каждого единичного показателя оценивается следующим образом:

удельный вес заказов, сданных заказчику с первого предъявления, — 0,3 при величине норматива 99%;

уровень качества исполнения заказов — 0,3 при величине норматива 5 баллов;

удельный вес жалоб (на 1000 заказов) на неудовлетворительное качество исполнения — 0,4 при нормативе 4 жалобы на 1000 заказов.

Максимальное значение коэффициента культуры обслуживания $K_k=1$, а весомость каждого единичного показателя оценивается следующим образом:

удельный вес приемных пунктов, аттестованных на звание «Образцовый по культуре обслуживания», — 0,2 при нормативе 15%;

количество жалоб (на 1000 заказов) на культуру обслуживания и нарушение сроков исполнения заказов — 0,4 при нормативе 10 жалоб на 1000 заказов;

удельный вес заказов, выполненных в установленный срок, — 0,15 при нормативе 100%;

* Сульповар Л. Б. Управление качеством продукции и услуг в отрасли бытового обслуживания населения. М., 1981, с. 24.

удельный вес одобрительных оценок заказчиков за культуру обслуживания — 0,25 при нормативе 100%.

Значения коэффициентов весомости каждой из групп показателей принимаются равными соответственно 0,45; 0,3; 0,25. Таким образом, максимально возможная величина коэффициента качества равна 1.

Необходимо отметить, что значения коэффициента весомости, определяемые экспертным методом на основе анкетного опроса специалистов службы быта, могут периодически пересматриваться в зависимости от изменения задач планового периода по повышению уровня качества исполнения заказов, организации и культуры обслуживания населения.

Основными предпосылками повышения качества бытовых услуг и культуры обслуживания населения, несомненно, являются концентрация и дальнейшая специализация производства услуг. При этом необходимым процессом является отделение функций производства услуг от функций обслуживания населения. Это нередко является причиной негативных моментов в работе подразделений отрасли.

Так, население вынуждено обращаться в вышестоящие инстанции с заявлениями и жалобами на неудовлетворительное качество и нарушение сроков исполнения заказов, низкую культуру обслуживания и т. д.

Недостатком существующей в настоящее время системы регулирования качества услуг и культуры обслуживания является то обстоятельство, что в случаях некачественного выполнения заказа или грубого, не тактичного обращения с заказчиком руководитель соответствующего вышестоящего предприятия (производственного объединения или специализированного предприятия), как правило, перекладывает всю ответственность за случившееся на руководителя нижестоящего подразделения (цеха, ателье, мастерской), а последний определяет степень виновности и меру наказания работника, допустившего определенную халатность в работе. Таким образом, практически за качество бытовой услуги и культуру обслуживания населения отвечают чаще всего низовые работники, уровень материального поощрения которых значительно ниже, чем руководящего персонала. Проведенное выборочное анкетирование работников бытового обслуживания ряда специаль-