**ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

**На правах рукописи**

**БОЛТЕНКОВ АНДРЕЙ НИКОЛАЕВИЧ**

**ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Специальность 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством”**

**(сфера услуг)**

**Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук**

**Научный руководитель доктор экономических наук, профессор КЛИМЕНКО Ольга Ивановна**

**БЕЛГОРОД- 2004**

**СОДЕРЖАНИЕ**

**А Стр.**

**V Введение : 3**

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАЧЕСТВА УСЛУГИ 9**

**1.1. Сущность услуги как товара и ее основные характеристики 9**

**1.2. Классификация услуг ; 24**

**1.3. Методологические подходы к оценке качества услуги 38**

**ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИЙ ИХ**

**РАЗВИТИЯ 58**

**2.1. Динамика развития сферы услуг 58**

**2.2. Оценка сферы услуг потребительской кооперации отдельных**

**^ областей Центрального федерального округа 74**

**2.3. Результаты исследования качества услуг, оказываемых потребительской кооперацией 85**

**ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ**

**СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ 95**

**3.1. Моделирование управления процессом оказания услуг системы потребительской кооперации на основе повышения их качества 95**

**3.2. Методика оценки качества услуг и результаты ее апробации в**

**системе потребительской кооперации 118**

**3.3. Комплексная система показателей оценки сферы услуг кооперативной организации 128**

**Заключение 138**

**^ Список использованных источников 150**

**Приложения 164**

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы исследования.**

**Развитие сферы услуг сопровождается как позитивными, так и негативными последствиями.**

**Позитивные заключаются в росте вклада сферы услуг в формирование внутреннего валового продукта страны, создании новых рабочих мест для населения, расширении видов услуг.**

**Негативные последствия обусловлены неравномерностью развития сферы услуг: если население городов реально повысило свое качество жизни вследствие развития сферы услуг, то сельское население утратило возможности организации своего быта на качественном уровне по причине разрушения сферы бытового обслуживания села. Возобновить ее работу органы местного самоуправления не могут из-за дефицита местных бюджетов. Предпринимательские же структуры не заинтересованы в развитии сельского рынка услуг, особенно в удаленных и малонаселенных селах, так как этот вид деятельности не позволяет им получать высокие доходы.**

**На протяжении ряда последних лет организацией услуг занимается система потребительской кооперации. Положительная динамика, развития этого вида деятельности позволяет охарактеризовать его как самостоятельную отрасль кооперативного хозяйства, по своему содержанию отвечающую социальной миссии системы.**

**Рост объемов оказываемых кооперативными организациями услуг обусловливает необходимость изменения приоритетов развития этой сферы для организации услуг на более высоком качественном уровне.**

**Проблема качества услуг и методических подходов к его оценке являлась предметом научного интереса ряда отечественных и зарубежных ученых.**

**Эти проблемы исследовали JI. Берри, С. Гронроос, Ф. Котлер, У. Лехтинен, К.Лавлок, Д. Мейкенз, А. Парасураман, Р. Руст, В. Хальмяги, A.A. Аброскин,,Э.М. Агабабьян, В.П. Александров, В.А.Борисов, H.A. Бреславцева, З.Г. Булатова, Г.Н. Воробьева, В.Е. Комаров, В.А. Кузнецова, И.М. Лифиц, В.Н. Маркова, Э.В.Новаторов, В.В. Пациорковский, Е.В. Песоцкая, Е.Г. Решетникова, Л.В. Смирнова, А.И. Челенков и др.**

**Применительно к системе потребительской кооперации разработкой проблемы развития услуг занимались такие исследователи, как: А.К. Буяльская,**

**Н.А. Восколович, Е.Н.Жильцов, Е.Н. Казаков, Г.В. Макарова, З.В. Отскочная, М.БЛикалова, В.Е. Понамарева, З.П. Салий, В.В. Салий, В.А.Тиличкин, А.К. Шабанова и др.**

**Признавая ценность проведенных научных исследований, следует отметить, что новые социально-экономические условия функционирования потребительской кооперации и растущая потребность сельского населения в услугах требуют разработки комплексного подхода к решению проблемы повышения качества услуг и развития методических подходов его оценки.**

**Этим обусловлена актуальность и выбор темы диссертационного исследования.**

**Тема диссертации соответствует п. 15.108 Паспорта специальностей ВАК (экономические науки) - социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг.**

**Цели и задачи исследования.**

**Целью диссертационного исследования является разработка конкретных рекомендаций по совершенствованию оценки качества услуг системы потребительской кооперации.**

**Для реализации этой цели в диссертационной работе поставлены и решены следующие задачи:**

**- выявление сущности услуги как товара, содержания качества услуги и ^определение их основных характеристик;**

**- рассмотрение существующих подходов к классификации услуг;**

**- изучение методологических основ оценки качества услуг;**

**- оценка тенденций развития сферы услуг в экономике страны и системе потребительской кооперации;**

**- исследование качества услуг, оказываемых потребительской кооперацией;**

**- моделирование управления процессом оказания услуг потребительской кооперацией на основе повышения их качества;**

**- разработка методических подходов оценки качества услуги и их апробация в системе потребительской кооперации;**

**- разработка комплексной системы показателей оценки развития сферы услуг кооперативной организации.**

**Объект и предмет исследования.**

**Объектом исследования являются потребительская кооперация России в целом, потребсоюзы отдельных областей Центрального Федерального округа. Предметом исследования является качество услуг.**

**Теоретико-методологическую основу исследования составили отдельные положения экономической теории, методы анализа, прогнозирования и моделирования экономических процессов. В ходе исследования изучены законодательные и нормативные акты Российской Федерации, решения Правительства, постановления Совета и Правления Центросоюза РФ, материалы собраний представителей потребительских обществ, а также научные труды по различным аспектам данной проблематики.**

**В процессе анализа и обобщения информации применялись различные методы: общенаучные (диалектика, анализ, синтез, системность, комплексность); специальные экономические (сравнения, ряды динамики, графический); экономико-математического моделирования (трендовый и корреляционнорегрессионный анализ). Обработка информации проводилась с использованием современных компьютерных технологий.**

**Информационную основу исследования составили данные Российского статистического агентства (Госкомстата РФ), Центросоюза РФ, статистическая и бухгалтерская отчетность союзов потребительских обществ отдельных областей Центрального Федерального округа, а также результаты выборочных**

**статистических обследований, социологических опросов, выполненных автором в ходе проведения исследования.**

**■ Научная новизна исследования заключается в следующем:**

**- конкретизирована сущность услуги как товара, определены ее основные характеристики; предложено авторское определение понятия «услуга»; выявлены особенности формирования рынка услуг населению;**

**- разработана классификация услуг системы потребительской кооперации, исходя из многоотраслевого интеграционного характера ее деятельности;**

**- уточнена сущность понятия «качество услуги», выделены и рассмотрены характеристики качества услуги, предложена схема процесса оценки качества услуги;**

**- выявлены особенности стандартизации и сертификации услуг в международной и российской практике, определены тенденции развития этих процессов с учетом особенностей национальной экономики и действующего законодательства; .**

**- сформулированы методологические основы оценки качества услуг, исходя из многоаспектности этого процесса категории, предполагающие выделение в управлении качеством системного, структурно-объектного, целевого, нормативно-правового и экономического уровней;**

**- предложена модель управления процессом оказания услуг потребительской кооперацией на основе повышения их качества, взаимоувязывающая субъект, объект, функции и процесс управления;**

**- конкретизированы задачи обеспечения качества услуг применительно к особенностям потребительской кооперации и рассмотрены пути их решения в деятельности кооперативных организаций;**

**- обоснована возможность применения методики БЕЮ/<ЗиАЬ для оценки качества услуги в организациях системы потребительской кооперации;**

**- предложена научно обоснованная комплексная система показателей оценки развития сферы услуг кооперативной организации, соответствующая программе реформирования российской и ведомственной статистики, предполагающая возможность оценки соответствия оказываемых услуг потребностям населения в них.**

**Практическая значимость исследования.**

**Реализация содержащегося в диссертации комплекса рекомендаций по развитию сферы услуг потребительской кооперации на основе совершенствования оценки их качества будет способствовать совершенствованию обслуживания сельского населения.**

**Применение модели управления процессом оказания услуг на основе повышения их качества позволит руководству кооперативных организаций принимать обоснованные управленческие решения, взаимоувязывающие шгтересы субъекта и объекта управления услугами.**

**Методика БЕИЛ/риЛЬ, адаптированная применительно к особенностям деятельности" потребительской кооперации, выступает в качестве методической основы для оценки качества оказываемых населению услуг и степени реализации ожиданий потребителей.**

**Использование предложенной комплексной системы показателей развития сферы услуг кооперативной организации будет способствовать поиску направлений развития этой сферы на основе анализа потребности населения в услугах и степени ее удовлетворения.**

**Результаты., анкетного опроса образуют информационную основу для аналитической и Прогнозной работы в кооперативных организациях, оказывающих услуги населению.**

**Апробация и внедрение результатов исследования.**

**Содержащиеся в диссертационной работе рекомендации по оценке качества услуг внедрены в практику работы Вейделевского райпо Белгородского облпотребсоюза (акт внедрения от 12.01.04г.), Тимского райпо Курского облпотребсоюза (акт внедрения от 15.05.03г.), Краснодарского крайпотребсоюза (акт внедрения от 22.12.03г.).**

**Результаты исследования используются в учебном процессе Белгородского университета потребительской кооперации (акт внедрения от 25.03.02г.).**

**Основные результаты проведенного исследования докладывались на научно- практических конференциях в Белгородском университете потребительской кооперации, Саранском кооперативном институте Московского университета потребительской кооперации, ' Ивановском Государственном химикотехнологическом университете, - Санкт-Петербургском Государственном политехническом университете в 2002-2004г.г.**

**Автор являлся исполнителем научно-исследовательской работы «Изучение передового опыта Вейделевского райпо Белгородского ОПС».**

**Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 9 работ общим объемом 4,39 пл.**

**Структура диссертационной работы определена ее целью и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.**

**Во введении обоснован выбор темы диссертационной работы, ее актуальность, сформулированы цели и задачи исследования, отражены его научная новизна и практическая значимость.**

**В первой главе «Теоретические основы качества услуги» изложена сущность услуги как товара и приведены ее основные характеристики; рассмотрены существующие подходы к классификации услуг; изучены методологические подходы к оценке качества услуги.**

**Во второй главе «Исследование качества услуг и тенденций их развития» проанализирована динамика развития сферы услуг; дана оценка сферы услуг потребительской кооперации отдельных областей Центрального Федерального округа; приведены результаты исследования качества услуг, оказываемых потребительской кооперацией, проведенного на основе анкетного опроса.**

**В третьей главе «Совершенствование оценки качества услуг системы потребительской кооперации» обоснована возможность моделирования управления процессом оказания услуг на основе повышения их качества; приведены результаты апробации методики оценки качества услуг, адаптированной применительно к особенностям кооперативных организаций; разработана комплексная система показателей оценки развития сферы услуг кооперативной организации.**

**В заключении сформулированы основные выводы и предложения по результатам проведенного диссертационного исследования.**

## Заключение диссертации по теме "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности в т.ч.: теория управления экономическими системами; макроэкономика; экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; землеустройство и др.)", Болтенков, Андрей Николаевич

2.3. Результаты исследования качества услуг, оказываемых населению потребительской кооперацией

В последние годы было проведено множество исследований по проблемам развития сферы услуг, в том числе и в системе потребительской кооперации. Обычно при проведении подобного рода исследований приоритет отдается экономическим или технологическим аспектам функционирования предприятий, оказывающих услуги населению.

Как показало наше исследование, изучению проблем социологического плана, определяющим состояние экономики сферы услуг, в частности, степени удовлетворенности населения ассортиментом, объемом и качеством услуг, уделяется менее значительное внимание. Кроме того, социологические исследования по поводу состояния сферы услуг и динамики ее развития, как правило, проводятся в крупных городах, инфраструктура которых позволяет охарактеризовать сферу услуг как достаточно развитую. В сельских же населенных пунктах, подобные исследования обычно не проводятся, что, по нашему мнению, обусловлено как объективными, так и субъективными причинами. В качестве объективных причин можно назвать деградацию сельской сферы услуг в ее прежнем, дорыночном виде, что уже отмечалось нами выше, а также отсутствие инфраструктуры услуг как сектора рыночной сельской экономики.

Основной субъективной причиной, по нашему мнению, являются утвердившиеся стереотипы мышления: что сельское население, исходя из особенностей сельского образа жизни, не испытывает потребности во многих видах услуг, существующих в городах'; что сельское население менее платежеспособно, чем городское и, следовательно, не может оплатить стоимость услуг; что сельское население неприхотливо в своих потребностях и не может оценить качество оказываемых услуг; что сознание сельского населения не готово к восприятию услуги как товара.

С целью опровержения этих стереотипов, а также для изучения потребностей сельского населения в услугах и степени его удовлетворенности качеством услуг, обусловленных развитием сферы услуг на селе, нами в июне-августе 2003 года проведено социологическое исследование по проблемам развития услуг, оказываемых системой потребительской кооперации в отдельных селах Белгородской области. Исследование проводилось в селах Вейделевского района с разной численностью жителей - от 218 до 7409 чел. путем заполнения анкет потребителей услуг (населения) в магазинах Вейделевского райпо, характеризующегося устойчивой положительной динамикой развития социально-экономической деятельности. Опрос респондентов осуществлялся по методике многоступенчатой квотной выборки, выборочная совокупность составила 700 респондентов или 5,3% от генеральной совокупности (численность населения опрошенных сел Вейделевского района на начало 2003 года составляла'13118 человек), что позволило сделать вывод о репрезентативности выборки. Степень возврата анкет составила значительную величину (607 анкет) или 86,7% от общего количества распространенных анкет. Это обстоятельство объясняется тем, что опрос населения проводился с участием работников магазинов потребительской кооперации, что исключило возможность получения недостоверных данных или невозврата анкет. Населению предлагалась специально разработанная анкета, состоящая из 16 вопросов (прил. 8).

Необходимо отметить, что в селах Вейделевского района, как правило, отсутствуют предприятия, оказывающие услуги населению, кроме предприятий системы потребительской кооперации (что обусловлено аграрным характером экономики района и его территориальной удаленностью от областного центра -г.Белгорода). Исключение составляет районный центр - поселок городского типа Вейделевка, в котором функционирует незначительное количество предприятий частной формы собственности, предоставляющих населению отдельные виды ф услуг. Кроме того, поскольку услуги оказываются системой потребительской кооперации, как правило, на материально-технической базе розничной торговли, в собственных магазинах райпо (или ведется прием заказов на оказание услуг), в анкете выделен специальный раздел, предполагающий изучение состояния услуг при магазинах системы. В таблице 22 приведены данные о степени возврата анкет в разрезе населенных пунктов Вейделевского района.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе выполнения диссертационной работы мы пришли к следующим выводам.

1. Развитие общества, рост производительных сил создают предпосылки для развития сферы услуг. Наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий. В настоящее время роль услуг, как на отечественном, так и на международном рынке возрастает. Это связано с усложнением производства, насыщением рынка товарами с быстрым ростом научно-технического прогресса. Под услугой мы понимаем действие, результатом которого является тот или иной полезный для потребителя эффект.- экономический или социальный. Услуга, как специфический товар, в контексте теории полезности представляет собой специфический вид продукции. Выступая в качестве товара, услуги обладают определенными характеристиками: двойственностью природы; индивидуальностью; неосязаемостью; единством и одновременностью оказания и потребления; отсутствием права собственности исполнителя на результат услуги; изменчивостью качества; неспособностью к хранению; нетранспортабельностью.

2. Рынок услуг населению представляет собой совокупность отношений (социально-экономических, юридических, материальных, финансовых), возникающих между производителями услуг - продавцами, потребителями и покупателями при купле-продаже услуг по ценам, покрывающим издержки производителя и обеспечивающим ему прибыль. В качестве субъектов этих отношений выступают предприятия, учреждения и физические лица, оказывающие и потребляющие платные услуги. Платные услуги населению - особая категория услуг, отличающаяся от других видов услуг не только субъектом потребления, но и спецификой их оказания. Под ними мы понимаем услуги, предоставляемые хозяйствующими субъектами независимо от ведомственной подчиненности и формы собственности гражданам по индивидуальным заказам для удовлетворения их социально-бытовых, культурных, лечебно-оздоровительных, правовых и других потребностей. Сфера услуг имеет ряд специфических особенностей по сравнению со сферой материального производства. Во-первых, в отличие от товаров, услуги производятся и потребляются в основном одновременно, не подлежат хранению.

Во-вторых, услуги часто противопоставляются продукции, хотя не только в сфере обращения, но и в промышленности увеличивается роль обслуживания. Во многих случаях в услуге присутствует элемент продукции точно так же, как при продаже продукции присутствует элемент услуги. В-третьих, сфера услуг обычно больше защищается государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства.

3. Качество как экономическая категория связано с понятиями «потребительная стоимость», «полезность», «удовлетворение потребностей». Отсюда мерой полезности услуги следует считать общественно необходимое качество, которое предопределяет достижение уровня потребительских свойств, обеспечивающего удовлетворение потребностей при наиболее производительном использовании имеющихся в распоряжении организации материальных, трудовых и финансовых ресурсов. По нашему мнению, качество услуги - это совокупность ее свойств и характеристик, определяющих способность в полной мере удовлетворять определенные потребности населения или хозяйствующих субъектов (других потребителей услуг). Исходя из объекта нашего исследования - системы потребительской кооперации - управление качеством услуг следует рассматривать как самостоятельную, сложную функцию управления, призванную обеспечить эффективное решение целей и задач потребительской кооперации и, особенно, ее главной цели - удовлетворения материальных и иных потребностей пайщиков и обслуживаемого населения. Основная цель диагностики качества услуг заключается в определении проблемных областей деятельности кооперативной организации через оценку экономических показателей и степени удовлетворения обслуживаемого населения в услугах.

4. Регулирование сферы услуг в современной отечественной практике осуществляется на основании нормативных актов, ведомственных и производственных документов, а также договоров, соглашений, инструкций, положений, требований и других актов, имеющих ограничивающий характер. Стандартизация в сфере услуг развивается в направлении разработки: национальных стандартов на конкретные виды услуг; стандартов на системы качества в сфере услуг; фирменных документов, включая нормативные документы для контактов с клиентами (стандартов, спецификаций, каталогов с номенклатурой и характеристиками услуг).

5. Как показало исследование, сфера услуг занимает особое место в формировании рыночной экономики России, поскольку именно в ней быстрее, чем в других отраслях, сложились многоукладные экономические отношения, сформировались хозяйствующие субъекты - государственные (муниципальные) предприятия, частные предприниматели. Современная российская экономика характеризуется динамичным развитием сферы услуг и связанными с этим структурными изменениями валового внутреннего продукта (ВВП). До 1995 года темпы роста объема платных услуг в целом, в том числе и бытовых, имели явно неустойчивый характер и даже превышали в отдельные годы 1000%, что объясняется гиперинфляцией, развивающейся в отечественной экономике в эти периоды времени. Однако в дальнейшем объем платных услуг возрастал более равномерно. В целом исследование состояния и динамики развития сферы услуг как отрасли отечественной экономики показало, что сфера услуг постепенно выходит из кризисного состояния, что подтверждается положительной динамикой. Объяснить эту тенденцию можно ростом жизненного уровня населения страны в целом.

6. Проведенное исследование позволило сделать обобщающий вывод о росте объемов социальной деятельности потребительской кооперации, явившихся следствием роста масштабов хозяйственной деятельности, в том числе и развития услуг. Как показало исследование, в 2000-2002г.г. сфера услуг потребительской кооперации развивалась более динамично, чем другие отрасли кооперативного с,1 хозяйства. Так, на фоне среднего значения прироста объема оказанных услуг в целом по системе Центросоюза РФ, сложившегося в 2002 году в размере 4,6% в сопоставимых ценах, в Курском потребсоюзе этот показатель существенно выше -35,9%. Только Белгородским и Липецким потребсоюзами не обеспечен прирост объема услуг в сопоставимых ценах, но в действующих он составил соответственно 18,0% и 9,3%.

Бытовые услуги развивались более быстрыми темпами, например, в Тамбовском потребсоюзе только за 2002 год объем бытовых услуг возрос в сопоставимых ценах более чем в 5 раз, в Курском - в 2,6 раза. Однако потребительская кооперация России в целом и исследуемого региона не достигла существенных количественных результатов в обслуживании населения. По нашему мнению, это обусловлено недостаточным развитием материально-технической базы сферы услуг. Так, на фоне значительного прироста количества предприятий, цехов, пунктов по оказанию бытовых услуг населению, подавляющее большинство из них занимаются ремонтом и пошивом одежды и обуви, а также оказанием ритуальных услуг населению. Другие виды услуг в исследуемых потребсоюзах практически не развиты, а количество имеющихся цехов, предприятий, пунктов для удовлетворения потребностей населения в услугах явно недостаточно. Анализ динамики объемов оказываемых населению услуг, состояния материально-технической базы этой отрасли кооперативного хозяйства показал, что потребсоюзы исследуемого региона (отдельных областей Центрального Федерального округа) не выделяют деятельность по оказанию услуг в качестве приоритетной.

7. Для изучения состояния сферы услуг на селе, потребностей сельского населения в услугах и степени его удовлетворенности качеством услуг нами в июне-августе 2003 года проведено социологическое исследование по проблемам развития услуг, оказываемых системой потребительской кооперации в отдельных селах Белгородской области. Исследование проводилось в селах Вейделевского района с разной численностью жителей. Опрос респондентов осуществлялся по методике многоступенчатой квотной выборки, выборочная совокупность составила 700 респондентов или 5,3% от генеральной совокупности (численность населения опрошенных сел Вейделевского района на начало 2003 года составляла 13118 человек), что позволило сделать вывод о репрезентативности выборки. Степень возврата анкет составила значительную величину (607 анкет) или 86,7% от общего количества распространенных анкет. Это обстоятельство объясняется тем, что опрос населения проводился с участием работников магазинов потребительской кооперации, что исключило возможность получения недостоверных данных или невозврата анкет. Населению предлагалась специально разработанная анкета, состоящая из 16 вопросов.

Полученные в результате анкетирования данные позволили сделать обобщающие выводы. Большинство сельского населения ориентируется на традиционные формы удовлетворения социально-бытовых потребностей. Потенциал сферы услуг используется, как правило, только в случае невозможности самостоятельного решения социально-бытовых проблем. В данном случае не имеет решающего значения вопрос о качестве услуг, традиционно предоставляемых родственниками или знакомыми, поскольку они основаны на личных связях и неформальном общении и, как правило, такие услуги пользуются приоритетным спросом. Однако существует довольно широкая группа услуг (например, услуги общественного питания, розничной торговли и т.д.), которую население может получить только в специализированных предприятиях, что подтвердилось в процессе опроса.

Другим фактором, обусловливающим эпизодическую включенность населения в сферу услуг, является ее недостаточное развитие. Качество предоставляемых населению услуг на многих предприятиях остается довольно низким и не удовлетворяет потребителей. В частности, исследование показало, что степень удовлетворенности населения услугами коррелируется с частотой обращения на предприятия, оказывающие услуги. Так, относительно высокий уровень удовлетворенности характерен для оценки работы предприятий розничной торговли и общественного питания. Несколько выпадают из общего ряда услуги перерабатывающих предприятий. Несмотря на то, что их качеством удовлетворена большая часть респондентов, в то же время население прибегает к ним значительно реже. Это обстоятельство объясняется тем, что услуги перерабатывающих предприятий обусловлены сезонностьюсельскохозяйственного производства и поэтому имеют разовый характер.

В основе неудовлетворенного спроса населения на услуги чаще всего лежат следующие причины: высокая стоимость услуг и низкий уровень качества услуг. Полученные результаты дают основания утверждать, что основные причины негативного восприятия работы предприятий потребительской кооперации, оказывающих услуги населению, связаны с проблемой качества их деятельности.

С целью развития услуг в системе потребительской кооперации и повышения их качества в диссертации разработан ряд конкретных рекомендаций, основные из которых сводятся к следующим.

1. Считаем, что российские классификаторы должны отвечать следующим требованиям, обусловленным современным состоянием отечественной экономики: учитывать социально-экономические изменения, происходящие в стране; быть совместимыми друг с другом; быть гармонизированными с международными классификаторами; обладать методическим и организационным единством; быть открытыми и общедоступными; давать возможность автоматизированной обработки; быть обязательными для применения. В диссертации предложена авторская классификация услуг системы потребительской кооперации, разработанная на основе четырех классификационных признаков: по степени содержания в услуге материального продукта; по субъекту оказания (отраслевой принадлежности); по субъекту потребления; по сферам деятельности.

2. Ввиду многоаспектности категории «качество» при построении концептуальной структурно-логической схемы управления качеством можно выделить системный, структурно-объектный, целевой, нормативно-правовой и экономический уровни. Переход на принципы маркетинга в управлении с переориентацией функций управления с преимущественно производственных задач на задачи конечной стадии реализации продукции, в том числе услуг, выводят управление качеством продукции, удовлетворение запросов потребителей на первый план. В диссертации выделены и рассмотрены элементы системы обеспечения качества, включающей управление качеством на маркетинговом, проектном, производственно-технологическом, эксплутационном и коммерческом уровнях.

3. Приоритетным направлением в области развития платных услуг, по я/ нашему мнению, должно стать удовлетворение потребностей населения в конкретных услугах. При этом главным фактором, определяющим масштабы и направления развития сферы платных услуг населению, является его платежеспособный спрос. В условиях развития инфляции и реформирования - отраслей естественных монополий и жилищно-коммунального хозяйства, на транспорте и связи при ограниченном росте доходов населения этот фактор необходимо, прежде всего, иметь в виду при формировании объемов платных услуг. Кроме того, при прогнозировании рынка услуг в регионах следует принимать во внимание и специфические социально-экономические факторы спроса населения на отдельные виды услуг, а также степень развития инфраструктуры обслуживания, количество действующих на территории предприятий, занимающихся оказанием услуг населению.

4. Для системы потребительской кооперации развитие сферы услуг может помочь решить ряд социально-экономических проблем, в том числе проблему безработицы сельского населения, так как данная отрасль имеет огромную потенциальную потребность в рабочей силе. Кроме того, сфера услуг может стать мощным источником роста доходов, как предприятий системы потребительской кооперации, так и бюджетов всех уровней, и для этого имеются соответствующие предпосылки. В диссертации выделены и рассмотрены внешние и внутренние предпосылки развития услуг, предлагаемых населению системой потребительской кооперации.

5. Мы убеждены, что сфера услуг при условии создания для нее благоприятного режима развития, способна вывести экономику потребительской кооперации из нынешнего экономически неустойчивого состояния и обеспечить конкурентоспособность системы как на региональных, так и на общероссийском рынках. Однако, необходимость развития сферы услуг требует реорганизации системы управления процессом оказания услуг. Исходя из особенностей управления кооперативной организацией (сочетание профессионального управления и общественного самоуправления пайщиков) в диссертации предложена модель управления процессом оказания услуг потребительской кооперацией на основе повышения их качества.

6. Исходя из Концепции национальной политики России в области качества продукции и услуг, считаем, что для организаций системы потребительской кооперации основными задачами при обеспечении качества услуг должны быть следующие:

- осознание населением, пайщиками, руководителями и работниками всех уровней роли-качества в процессе оказания услуг;

- овладение руководителями и специалистами всех уровней современными методами управления качеством как специальной отраслью знаний, содержащей множество эффективных универсальных методов, примененных в различных секторах экономики и сферах деятельности;

- создание общих внутрисистемных условий, обеспечивающих предприятиям и организациям системы потребительской кооперации возможность эффективно развивать сферу услуг как отрасль кооперативного хозяйства;

- перепрофилирование И' реконструкция материально-технической базы потребительской кооперации, не используемой или неэффективно используемой в настоящее время, в частности, бездействующих объектов кооперативной собственности, объектов, закрытых по причине убыточности содержания и т.д.

Реализация этих задач выступает в качестве основы формирования культуры качества в системе потребительской кооперации и обеспечивающего условия для роста конкурентоспособности системы. В диссертации рассмотрены пути реализации перечисленных задач.

7. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 года», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 3 декабря 2002 г., № 858, предусматривает участие организаций потребительской кооперации в формировании инфраструктуры торгового и бытового обслуживания сельских территорий. Однако согласно Программе, финансирование всех предполагаемых мероприятий будет осуществляться только за счет внебюджетных источников, без участия средств федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации. Это позволяет нам предположить, что никакие другие предприятия торговли, общественного питания, бытового обслуживания (кроме предприятий системы потребительской кооперации) не заинтересованы в инвестиционной деятельности по развитию торговой и бытовой инфраструктуры села. Мы убеждены в том, что поскольку для предприятий торговли частной формы собственности основной целью их функционирования является максимизация получаемой прибыли (а не выполнение социальной миссии, как это присуще предприятиям системы потребительской кооперации), следовательно, выполнение заданий Программы будет осуществляться только организациями и предприятиями системы потребительской кооперации.

Доказательством этого предположения служат выполненные нами расчеты стоимости реализации отдельных мероприятий Программы, которые показали, что предполагаемая стоимость реализации отдельных мероприятий по совершенствованию торгового и бытового обслуживания даже на базе организаций потребительской кооперации (без учета конкурирующих с ней торговых и обслуживающих структур) не соответствует действительным расходам по следующим причинам. Во-первых, организация работы новых (реконструированных) предприятий предполагает создание новых рабочих мест, а расходы на оплату труда работников не планируются. Во-вторых, количество предприятий определено, исходя из заданий Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года, без учета специфики отдельных потребсоюзов и реальной потребности сельского населения в торговых предприятиях, предприятиях общественного питания и бытового обслуживания. В-третьих, очевидно, что при прогнозировании количества предприятий не учитывалась реальная демографическая ситуация на селе, то есть тенденция уменьшения численности населения, негативно влияющая на потребность в развитии торговой и бытовой инфраструктуры села.

Эти, а также другие обстоятельства позволили сделать вывод, что Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 года» может выступать только лишь в качестве ориентира для деятельности потребительской кооперации по развитию торгового и бытового обслуживания сельского населения.

8. Считаем, что решение проблемы качества кадров требует разработки научно обоснованной внутриорганизационной политики качества или конфигурирования внутриорганизационной среды применительно к деятельности кооперативных организаций. Этим понятием мы определяем систему решений и действий, включающих в себя:

- создание в райпо группы, специально занимающейся вопроса управления качеством;

- проведение самооценки руководящего состава (тесты, определяющие уровень личностных характеристик и способностей к разработке концептуальных подходов к развитию услуг);

- обучение работников основам управления качеством и навыкам создания благоприятного морально-психологического климата в процессе оказания услуги;

- организация эффективной системы информационно-коммуникативного взаимодействия с потребителями услуг, позволяющей оценить степень удовлетворения потребностей в услугах;

- организация кружков качества для работников и разработка методики оценки персонала.

9. В диссертации выделены и рассмотрены характеристики качества услуг: функционального назначения, безопасности, профессионального мастерства, культуры обслуживания. В качестве основного критерия качества услуги выделена удовлетворенность ее потребителя, степень реализации его ожиданий относительно качества услуги.

Предложена методика оценки качества услуг, оказываемых организациями потребительской кооперации, разработанная на основе широко применяемой в зарубежной практике методики оценки качества услуги SERVQUAL. В основе методики лежит предположение о том, что качество услуги - это результат потребительского сравнения своих ожиданий и восприятия по 22 аспектам. Эти аспекты группируются по пяти главным критериям качества услуги: материальность, надежность, отзывчивость, убежденность и сочувствие.

Для апробации методики в практике деятельности кооперативной организации были отредактированы вопросы исходной анкеты SERVQUAL для проведения анкетирования среди обслуживаемого населения. Анкетирование проводилось в магазине с. Белый Колодезь Вейделевского района Белгородской области, оказывающего населению села разнообразные услуги: бытовые, услуги по переработке сельскохозяйственной продукции (мельница, крупорушка), парикмахерские и ритуальные услуги. В процессе анкетирования акцент был сделан на парикмахерские услуги. Анкетирование проводилось в июле-августе 2003 года, 120 жителям села (6,54% от общей численности жителей села - 1835 человек) были предложены к заполнению анкеты. Степень возврата анкет составила 71,67% (86 анкет). Анализ результатов и их интерпретация проводились согласно методике SERVQUAL с использованием программы Microsoft Excel.

Результаты апробации методики показали возможность ее широкого применения в практике деятельности потребительской кооперации. Считаем, что организациям и предприятиям системы можно рекомендовать следующую последовательность применения методики SERVQUAL для измерения качества услуги.

1) Перед проведением исследования предварительно проанализировать специфику конкретного вида услуг как предлагаемого рынку товаров.

2) Модифицировать и адаптировать вопросы анкеты применительно к специфике отдельных видов услуг.

3) Для обеспечения оптимального числа ответов и возвращения заполненных анкет рекомендуется практиковать среди респондентов конкурсы.

4) Для более полного анализа полезно исследовать не только первых два блока анкеты (ожидания и восприятие), но ввести третий блок анкеты (важность) для «взвешивания» полученных коэффициентов качества.

10. В диссертации разработана комплексная система показателей оценки развития сферы услуг кооперативной организации. При ее разработке мы исходили из общеизвестных методологических основ современной российской статистики, предполагающих, что разработка системы показателей является органической составляющей построения научно обоснованной системы показателей в соответствии с программой реформирования российской и ведомственной статистики, отвечающей условиям рыночной экономики и эффективного функционирования экономики потребительской кооперации. Это обусловлено тем, что новые требования к системе социально-экономических показателей связаны с необходимостью учета: оценок процесса и результатов реформирования экономики; формирования множественности форм собственности; развития рынков труда и капитала; согласованности и интеграции статистических данных всей совокупности видов экономической деятельности,. разноуровневых экономических процессов, в том числе отдельных секторов экономики и регионов.

При разработке системы показателей мы исходили из: комплексного системного подхода к обоснованию ее методологических принципов; возможностей применения современных экономико-математических методов анализа различных сторон деятельности хозяйствующих субъектов потребительской кооперации, оказывающих услуги, а также сферы услуг в целом; действующих форм статистического наблюдения, в том числе ведомственных; совместного использования данных выборочных методов наблюдения и сплошной отчетности; использования показателей, принятых в международной статистике, с учетом особенностей социально-экономической деятельности потребительской кооперации.

Предложенные в диссертации показатели объединены в следующие блоки: показатели насыщенности потребительского рынка услугами и удовлетворения потребностей населения в услугах; показатели, характеризующие хозяйствующие субъекты, фонды, трудовые ресурсы; показатели оценки финансовых результатов, эффективности деятельности и инвестиций; обобщающие показатели производства услуг.

Считаем, что при определенной корректировке с учетом местных условий деятельности кооперативных организаций предлагаемая нами система показателей может быть применима на уровне районного и областного звеньев управления системой и позволит комплексно оценивать динамику развития сферы услуг потребительской кооперации.

## Список литературы диссертационного исследования кандидат экономических наук Болтенков, Андрей Николаевич, 2004 год

1. Абалонин С. SWOT-анализ деятельности предприятия// Маркетинг. -1999.-№6.-с. 47-49.

2. Аброскин А. Сфера услуг и экономическое развитие (методологические аспекты статистического анализа)// Вопросы статистики. 1998. - № 10. - с. 42.

3. Аванесов JI.B., Клочко А.И., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке услуг. М.: ТОО «Люкс-APT», 1995. - 273с.

4. Агабабьян Э.М. Экономический анализ сферы услуг. М.: Экономика, 1968.- 160с.

5. Актуальные вопросы развития сферы обслуживания в условиях полного хозрасчета и самофинансирования. М.: Знание, 1989. - 53с.

6. Александров В.П. Сфера обслуживания и уровень народного благосостояния// Вопросы политической экономии социализма. М.: Изд-во ВПШ и АОН, 1961.-124с.

7. Анализ и принятие решений в бытовом обслуживании населения./Под ред. Уколова В.Ф. М.: ЦБНТИ, 1991. -95с.

8. Баринов В.Т. Региональные проблемы управления и планирования сферы обслуживания населения. М.: Наука, 1989.- 126с.

9. Белгородская область в 2001 году: Статистический сборник. Белгород: Белгородский областной комитет статистики, 2002. - 203с.

10. Бернар И., Колли Ж.-К. Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология. В 2-х т./Под общ. ред. Л.В. Степанова; ред. В.Б. Рыбаков. М.: Международные отношения. Т. 2 G-Z., 1994. - 720с.

11. Большой коммерческий словарь. / Под ред. Т.Ф. Рябовой. М.: Война и мир, 1996.

12. Большой словарь иностранных слов.-М.: Юнвес, 1998.-784с.

13. Большой толковый словарь русского языка./Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Коринт, 1998.

14. Большой экономический словарь/ Под ред. А.Н. Азрилияна . 4-е изд. перераб. и доп. - М.: Институт новой экономики, 1999. - 1248с.

15. Борисов В.А. Услуги. Правовой режим реализации. М.: Филинъ, 1997. -424с.

16. Бреев Б., Галецкий В. Развитие сферы услуг и экономический рост// Российский экономический журнал. 2000. - № 10. - с. 56-60.

17. Бреславцева Н.А. Услуги населению: прибыль и рентабельность. М.: Финансы и статистика, 1989. - 125с.

18. Булатова З.Г. Технико-экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий бытового обслуживания. М.: Легпромбытиздат, 1991. -317с.

19. Булатова З.Г. Анализ экономической эффективности бытовых услуг. -М.: Легкая индустрия, 1989.- 239с.

20. Бурденкова Е. Об основных направлениях совершенствования организации статистического наблюдения за услугами// Вопросы статистики. -1998.- №5. -с. 16-20.

21. Бурденкова Е. О перспективах статистики платных услуг// Вопросы статистики. 1996. - № 2. - с. 11.

22. Васерманис Э.К. Прогнозирование развития сферы услуг. Рига: Зинанте, 1990.- 166с.

23. Вестник Госстандарта России, № 6, с. 77-91.

24. Васькин Е.В. Сфера услуг: сегодня и завтра. М.: Знание, 1997. - 62с.

25. Версан В.Г., Королькова В.И. Стандартизация и сертификация в сфере услуг. Состояние и проблемы// Стандарты и качество. 1996. - № 7. - с. 30-36.

26. Вечканов Г.С. и др. Краткая экономическая энциклопедия/ Г.С. Вечканов, В.Т. Пуляев, Г.Р. Пуляев. СПб.: Петрополис, 1998. - 509с.

27. Випперман К., Витерс Дж. Как продать свои услуги (руководство по маркетингу в сфере услуг для малых предприятий). СПб.: Знание, 1992. - 46с.

28. Вопросы совершенствования организации и планирования сферы услуг/ Под общ. ред. А.Е. Булатова. - М.: Легкая индустрия, 1975. - 127с.

29. Ворачек X. О состоянии теории и маркетинга услуг// Проблемы теории и практики управления. 2002. - № 1. - с. 99-103.

30. Воробьева Г.Н. О стандартизации услуг// Стандарты и качество. 1998. -№ 1. - с. 30-34.

31. Выполнение программы развития за 1999 год и задачи по дальнейшему развитию потребительской кооперации области. Воронеж: Облпотребсоюз, 2000. -114с.

32. Выполнение программы развития республиканскими, краевыми, областными потребсоюзами в 2002 году. Стат. сб.: М.: Центросоюз РФ, 2002. -80с.

33. ГОСТ Р 1.0.-92. Государственная система стандартизации в Российской Федерации. Основные положения.

34. ГОСТ Р 51108-97. Услуги бытовые. Химическая чистка. Общие технические требования.

35. ГОСТ Р 51006-96. Услуги транспортные. Термины и определения.

36. ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий.

37. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения.

38. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая (с алфавитно-предметным указателем). М.: Издательская группа ИНФРА-М-НОРМА, 1997.-560с.

39. Гряжский JI.M. Управление качеством торгового обслуживания (опыт Львовского областного управления торговли). М.: Экономика, 1980. - 54с.

40. Гришкявичус П.П. Совершенствование сферы обслуживания: Опыт Литвы. М.: Знание, 1984. - 62с.

41. Турецкий Ш.Я. Развитие услуг и принципы ценообразования на бытовые услуги.-М., 1986.- 198с.

42. Деев Г., Мухин П. Методы несплошного статистического наблюдения и ■ их классификация// Вопросы статистики. 1996. - № 11. - с. 3-11.

43. Демидова Л.С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике// Мировая экономика и международные отношения. 1999. - № 2. - с. 22-26.

44. Дубров A.M., Мхитарян B.C., Трошин Л.И. Многомерные статистические-методы. М.: Финансы и статистика, 2000. - 352с.

45. Егоров Э.Л. НТП главный фактор повышения качества обслуживания. . -М.: Знание, 1988.-60с.

46. Ефимов С.А. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. -М.: Церих-ПЕЛ, 1996.

47. Жильцов Е.Н., Восколович Н.А., Казаков Е.Н. Экономика сферы платных услуг/ Под ред. Е.Н. Жильцова. Казань, 1996. - 204с.

48. Ивченко Б.П., Мартыщенко JI.A., Табухов М.Е. Управление в экономических и социальных системах. Системный анализ. Принятие решение в условиях неопределенности. СПб.: Нордмед-Издат, 2001. - 248с.

49. ИСО 9004.2 Общее руководство качеством и элементы системы качества. Часть 2. Руководящие указания по услугам.

50. Комаров В.Е., Улановская В.Д. Социально-экономическая эффективность сферы услуг. М.: Наука, 1980. - 160с.

51. Комаров В.Е., Улановская В.Д. Эффективность и интенсификация непроизводственной сферы. М.: Экономика, 1987. - 158с.

52. Комбринская JI. О структуре страховых услуг// Вопросы статистики. -1998.-№5.-с. 16.

53. Концепция развития стандартизации и подтверждения соответствия услуг нормативным требованиям.// Сертификация. 2001. - № 3. - с. 30-33.

54. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года. М.: Центросоюз РФ, 2001. - 126с.

55. Корельский В.Ф., Гаврилов Р.Б. Толковый биржевой словарь. М.:: Экспедитор, Руссо, 1996.

56. Королькова В.И., Воробьева Г.Н., Яновская М.А. Услуги сквозь призму российского и зарубежного опыта// Сертификация. 2000. - № 2. - 22-25.

57. Корягина Т.И. Индивидуальный труд в сфере услуг. М.: Легпромбытиздат, 1989.- 101с.

58. Корягина Т.И. Платные услуги СССР. М.: Экономика, 1990. - 160с.

59. Котилко В. Маркетинг в сфере бытовых услуг г. Москвы// Маркетинг. -2001. -№ 1.- с. 52-60.

60. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг: Гостеприимство и туризм. -М.:ЮНИТИ, 1998.

61. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ./ Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В:Вонг: [Общ. ред. Н.Н. Шульпиной]. М.: Вильяме, 2000. - 1151с.

62. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 1998.

63. Котов В. О взаимодействии и соотношении платежеспособности спроса и потребления//Маркетинг. 2001. - № 3. - с. 11 -16.

64. Краткий словарь экономических терминов/ Под ред. Р.Г. Маниловского. 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 220с.

65. Кузнецова В. Методологические основы экономических оценок и досчетов статистических показателей платных услуг населению// Вопросы статистики. 1995. - № 8. - с. 26-28.

66. Кулибанова В.В. Сервисная деятельность. СПб.: СПбГИЭУ, 2001.70с.

67. Куценко В.И. Сфера услуг: новые подходы. Киев: Политиздат Украины, 1989.-174с.

68. Левашова Л. Об организации статистического наблюдения за услугами в области рекламы, аудита, посредническими услугами в операциях с недвижимостью// Вопросы статистики. 1995. - № 10. - с. 23.

69. Липецкая область в цифрах за 2000 год: Статистический сборник. -Липецк: Липецкий областной комитет статистики, 2001. 200с.

70. Литвинцева Г.П. Продуктивность экономики России и структурные сдвиги в производстве товаров и услуг.// Вопросы статистики. 2003. - № 4. - с. 11-25.

71. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт-М, 2001. - 224с.

72. Лифиц И., Ковылина О. Методология оценки конкурентоспособности услуг торговли// Маркетинг. 1997. - № 3. - с. 62-69.

73. Лукиных К. Перспективы развития бытовых услуг.//Экономист 1992. -№ 11.-с. 58-61.

74. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Реструктуризация предприятий и компаний/ И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. Справочное пособие/ Под ред. И.И. Мазура. М.: Высшая школа, 2000. - 587с.

75. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. Киев: ВИРА-Р, 201. - 574с.

76. Макарова Г.В. Торговое обслуживание сельского населения. Белгород: Кооперативное образование, 2000. - 198с.

77. Мальков Е.В. Законодательство об административной, уголовной и гражданско-правовой ответственности за нарушение требований к качеству и безопасности товаров, работ, услуг.// Стандарты и качество. 2003. - № 4. - с. 9296.

78. Марков Ю. О ценах на услуги образования// Вопросы статистики, 1999. -№1.-с. 59.

79. Маркова В. Маркетинг услуг. М.: Финансы и статистика, 1996. - 128с.

80. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. М.: Политиздат, 1970. Т. 25 - с. 413-414.

81. Мате Эрв. Послепродажное обслуживание: пер. с фр./ Общ. ред. B.C. Загашвили. М.: Прогресс универс, 1993. - 154с.

82. Международный классификатор услуг. М., 1995.

83. Международные экономические отношения/ В.Е. Рыбалкин, Ю.А Щербинин и др./ Под ред. проф. В.Е. Рыбалкина. 4-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 519с.

84. Методика учета экономических оценок и досчетов платных услуг населению в увязке с системой национальных счетов. Утверждена постановлением Госкомстата России от 12.07.95г., № 19.

85. Михальски Т. Услуги как стратегический выбор глобально действующих предприятий// Проблемы теории и практики управления. 1998. - № 3. - с. 96-103.

86. Набасов В.В. Роль и место сферы услуг в рыночной экономике. -Белгород: Кооперативное образование, 2003. 126с.

87. Нешитой А. Сфера услуг выходим из тупика?// Коммерческий вестник. - 1998. - № 5-6 (574). - с. 16-17.

88. Никулин Ю.Г. Повышение качества услуг на основе развития этики деловых взаимоотношений (опыт Швеции по психолого-этическому внутрифирменному управлению).// Сертификация. 2001. - № 4. - с. 30-32.

89. Новаторов Э.В. Маркетинг культурных услуг. Омск, 197. - с. 153.

90. Новаторов Э.В. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг// Маркетинг в России и за рубежом. 2001. - № 1. - с. 50-57.

91. Новаторов Э.В. Концептуальные и методологические основы маркетинговых исследований качества в сфере услуг// Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2000. - № 5. - с. 4-11.

92. О внесении изменений и дополнений в Закон РФ «О потребительской кооперации в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 13.06.97): Федеральный Закон от 11.07.97г., № 97-ФЗ// Российская газета, № 136 от 17.07.97г.

93. О внесении изменений и дополнений в Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 29.03.00г.): Федеральный Закон от 28.04.00г., № 54-ФЗ// Российская газета, № 86 от 04.05.00г.

94. О внесении изменений и дополнений в Закон РФ «О сертификации продукции и услуг» (принят ГД ФС РФ от 02.07.98г.): Федеральный Закон от 31.07.98г., № 154-ФЗ// Российская газета № 150 от 07.08.98г.

95. О внесении изменений и дополнений в закон Белгородской области «О едином налоге на вмененный доход для отдельных видов деятельности»: Закон Белгородской области, № 66 от 29 января 2003г.

96. О лицензировании отдельных видов деятельности: Постановление Правительства РФ от 11.02.02г. № 135// Российская газета № 41 от 06.03.02г.

97. О номенклатуре продукции и услуг (работ), подлежащих обязательной сертификации: Постановление Госстандарта РФ от 23.02.98г., № 5// Вестник Гостандарта России, № 4,1998.

98. О потребительской кооперации в Российской Федерации: Закон РФ от 19.06.92г., № 3085-1// Российская газета, № 136 от 17.07.97г.

99. О принятии и введении в действие правил сертификации: Постановление Госстандарта РФ от 22.08.00г., № 61.//Российская газета, № 197 от 12.10.00г.

100. О сертификации продукции и услуг: Закон РФ от 10.06.93г., № 5151-1//Российская газета, № 120,25.06.93г.

101. О стандартизации: Закон РФ от 10.06.93г., № 1541-1// Российская газета, № 120 от 25.06.93г.

102. Об утверждении Методики определения общего объема платных услуг населению с учетом оценки скрытой и неформальной деятельности.: Постановление Госкомстата России от 25 февраля 2000г., № 15.

103. Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации:

104. Постановление Правительства РФ от 13.08.97г., № 1013 (ред. от 03.01.02г.)// Российская газета, № 161 от 21.08.97г.

105. Об утверждении Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2010 года».: Постановление Правительства РФ от 3 декабря 2002г., № 858.

106. Об утверждении форм ведомственного статистического наблюдения на 2004 год.: Постановление Совета Центросоюза РФ № 138-Сп от 11 ноября 2003г.

107. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93. Утв. Постановлением Госстандарта РФ от 06.08.93г., № 17. -М.: ИПК Изд-ва стандартов, 1996.

108. Основные показатели социальной и хозяйственной деятельности потребительской кооперации России за 2001 год. Стат. сб.: М.: Центросоюз РФ,2002.- 191с.

109. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за 2002 год. Стат. сб.: М.: Центросоюз РФ,2003. 76с.

110. Отскочная З.В., Захарченко Н.П., Коротких И.Ю., Захарченко Н.Г., Чиженкова Ю.А., Тиличкин В.А. Рекомендации по организации неторговых платных услуг в системе потребительской кооперации. Белгород: Кооперативное образование, 2001.- 167с.

111. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики// Вопросы статистики. 1998. - № 4. - с. 16-21.

112. Панкрухин А. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. М., 1996. - 214с.

113. Паретго П. Дарвинизм и менеджмент. Новый хозяин и стратегия обновления. Милан, Соле, 24 ОРС, 1990. - 202 с.

114. Пациорковский В.В. Платные услуги населению: состояние и перспективы. -М.: Наука, 1991. 109с.

115. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг./Под ред. В.Д. Багиева. СПб.: СпбУЭиФ, 1997.-122с.

116. Пикалова М.Б., Отскочная З.В. Услуги торговли конечный результат процесса обслуживания: Монография. - Курск: ФГУИПП «Курск», 2002. - 144с.

117. Плущевский М.Б. Методика системного мониторинга качества продукции и услуг.// Стандарты и качество. 2002. - № 12. - с. 68-73.

118. Показатели экономического и социального развития городов и районов Воронежской области. Стат. сб. Воронеж: Облкомстат, 1999. - 166с.

119. Понамарева В.Е. Сертификация продукции и услуг. Белгород: Кооперативное образование, 2001. - 180с.

120. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. - 896с.

121. Правила сертификации услуг розничной торговли. Утв. Постановлением Госстандарта России от 22 августа 2000г., № 61// Экономика и учет в торговле.-2001. -№3.-с. 3-16.

122. Проселков В.Г. Национальная политика России в области качества продукции и услуг.// Пищевая промышленность. 2002. - № 12.-е. 70-71.

123. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Б.Б. Современный экономический словарь. М.: Инфра-М, 1996.

124. Решетникова Е.Г. Сфера услуг: планирование, проблемы, перспективы. Саратов, 1998. - 256с.

125. Росс М., Росс Т. Большие идеи для малого бизнеса в сфере услуг: Хотите преуспеть? М.: Торговый дом «Гранд»: Агентство «Фаир», 1996. - 303 с.

126. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./ Госкомстат России. -М., 2002.-690с.

127. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./ Госкомстат России. -М., 2003.-705с.

128. Россия в цифрах. 2002.: Крат. Ст. сб./ Госкомстат России. М.: 2003.398с.

129. Руженцев Н. Стандартизация и оценка соответствия в сфере услуг// Стандарты и качество. 2000. - № 10. - с. 85-89.

130. Рутгайзер В.М. Ресурсы развития непроизводственной сферы. М.: Мысль, 1975.-229с.в

131. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. М.: Прогресс, 1990.-296с.

132. Сводный статистический ежегодник Курской области. Стат. сб./ Курск, 2000.-518с.

133. Сводный статистический ежегодник Курской области. Стат. сб./ Курск, 2001.-574с.

134. Сероштан М.В. Исследование конкурентоспособности потребительской кооперации России: Монография. Белгород: Кооперативное образование, 1999.-309с.

135. Сероштан М.В. Сертификация и конкурентоспособность товаров и услуг: Монография. Белгород: Кооперативное образование, 1999. - 152с.

136. Сио К.К. Управленческая экономика: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2000.-671с.

137. Словарь-справочник менеджера./Под ред. М.Г. Лопусты. М.: Инфра-М, 1996.

138. Смирнова Л.В. Использование теории массового обслуживания в анализе качества работы предприятий розничной торговли. М.: ЗИСТ, 1983. -98с.

139. Смирнова Л.В., Неверова Т.К. Стандартизация и сертификация услуг розничной торговли// Сертификация. 1999. - № 2. с. 13-15.

140. Соловьева О.И. На пути к сертификации услуг розничной торговли// Сертификация. 1998. - № 93. - с. 34-36.

141. Солодков М.В. и др. Теоретические проблемы услуг и непроизводственной сферы при социализме. М.: Изд-во МГУ, 1972. - 348с.

142. Соломин В. Услуги связи и структура доходов от услуг, оказываемых предприятиями связи// Статистическое обозрение. 1998. - № 2. - с. 38.

143. Социальное положение и уровень жизни населения России: Стат. сб./ Госкомстат России. М., 2001. - 463с.

144. Социально-экономическое положение потребительской кооперации. Реализация рекомендаций научно-практических конференций. Стат. сб.: Центросоюз, 2001.-236с.0

145. Социальное развитие села до 2010 года: Федеральная целевая программа.: Постановление Правительства Российской Федерации от 3 декабря 2002г., № 858.

146. Социально-экономическое развитие потребительской кооперации Воронежской области. Воронеж: Облпотребсоюз, 2001. - 127с.

147. Социально-экономическое положение потребительской кооперации Российской Федерации. Стат. сб.: -М.: Центросоюз, 2003. -259с.

148. Статистический словарь./Гл. ред. Юрков Ю.А.; Ред. колл. Белявский И.К., Варенов В.А., Галицкий В.И. и др. М.: Финстатинформ, 1996.

149. Стаханов В.Н.,. Стаханов В.Д. Маркетинг сферы услуг. М.: Экспертное бюро, 2001. - 160с.

150. Степанова И.В. Права интеллектуальной собственности в России. -М.: ИЭ РАН, 1999.-с.22.

151. Сфера услуг: новая концепция развития/ Рутгайзер В.М., Корягина Т.Н., Арбузова Т.Н. и др..-М.: Экономика, 1990.- 158с.

152. Тамбовская область в 2000 году: Статистический сборник. Тамбов: Тамбовский областной комитет статистики, 2001. - 203с.

153. Товары и услуги: проблемы управления/ А.В. Орлов, А.И. Уралов, Д.А. Рубвальтер и др. М.: Экономика, 1990. - 315с.

154. Толковый словарь по управлению. М.: Изд-во Алане, 1994.

155. Труве Э.Р., Силласте Ю.Х. Услуги предлагает кооператив. М.: Знание, 1989.-62с.

156. Уколов В.Г. Эффективность производства и обращения бытовых услуг. М.: ЦБНТИ, 1989. - 64с.

157. Управление качеством./ Под ред. С.Д. Ильенковой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 199с.

158. Услуги в системе мировой торговли: научно-аналитический обзор./ Н.В. Никифорова. М.: ИНИОН, 1990. - 63с.

159. Услуги общественного питания/ Салий З.П., Салий В.В., Буяльская

160. A.К. Новосибирск: Изд-во СибУПК, 1999. - 62с.

161. Услуги розничной торговли: Общие требования// Экономика и учет в торговле.-2000.-№ 10.-е. 21-32.

162. Услуги и их социально-экономическая роль/ Сокр. пер. с польского

163. B.JI. Кона/ Под ред. Г.В. Полунина. М.: Прогресс, 1967. - 98с.• 161. Челенков А. Основы классификации услуг как маркетингового продукта// Маркетинг. 1998. - № 3. - с. 112-126.

164. Челенков А. Маркетинг услуг: макросреда индустрии сервиса// Маркетинг. 1997. - № 2-3. - с. 108-116.

165. Челенков А. Маркетинг услуг: продукт// Маркетинг. 1997. - № 6. - с. 115-120.

166. Челенков А. Управление качеством сервисных продуктов// Маркетинг. -2000,-№2.-с. 115-123.

167. Чечеткина Н. Анализ и оценка конкурентоспособности услуг розничных предприятий торговли// Маркетинг. 1999. - № 2. - с. 56-64.

168. Хальмяги В.А. и др. Повышение эффективности сферы услуг: (опыт работы бытового обслуживания ЭССР)/ В.А. Хальмяги, Ю.Х. Силласте, Э.Р. Труве. -М.: Знание, 1987.-62с.

169. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика: в 2-х ч. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001. Т.1. - 598с.

170. Хилл Н. Думай и богатей. Деловой бестселлер./Пер. с англ. Мн: Парадокс, 1995.-432с.

171. Хилл Н. Ключи к успеху: 17 наиболее существенных принципов успеха. Мн.: Попурри, 1997. - 317с.

172. Хлусов В.П. Основы маркетинга. М.: ПРИОР, 1997. - 160с.

173. Филиппов А.П. Сертификация продукции и услуг.// Юридический практикум. 2002.-№ 6. - с. 51-55.

174. Финансово-экономический словарь./Под ред. Назарова М.Г. М.: АО Финстатинформ, 1995.

175. Шабанова О.И. Сфера услуг: сущность и динамика (особенности развития на селе). Воронеж: Изд-во Воронеж. Ун-та, 1989. - 167с.

176. Шатаев И.М. Вторичная занятость в бытовом обслуживании. М.: Экономика, 1988. - 117с.

177. Шиндовский Э., Шюрц О. Статистические методы управления9качеством. М.:.Мир, 1976.-597с.

178. Экономика бытового обслуживания./Балалов В.Д., Гуков Н.В., Козлова И.В., Баркан Н.А./Под ред. В.Д. Балалова. М.: Легкая и пищевая промышленность, 1983. -368с.

179. Экономико-математические методы и прикладные модели/ В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, Д.И. Дайитбегов и др./ Под ред. В.В. Федосеева. М.: ИНИТИ, 1999.-391с.

180. Bateson J., Hoffman К. (1999). Managing Services Marketing, NY: The Dryden Press.

181. Bergman B. Quality: from customer needs to customer satisfaction. London, McGraw-Hill. Book company, 1994/ 478p.

182. Crompton J. Mackay K. (1989). Users perception of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs// Leisure Sciences, vol. 11, p. 367-375.

183. Cronin J., Taylor S. (1994). SERVERF versus SERVQUAL// Journal of Marketing, vol. 58, № 1 (January), p. 125-131.

184. Gronroos C. (1991). A service quality model and its marketing implications// European Journal of Marketing, vol. 18, № 4, p. 36-44.

185. Dictionary of business and management. The Macmillan Press Ltd., 1990.

186. Hemmasi M., Strong K., Taylor S. (1994). Measuring service quality for strategic planning and analysis in service firms// Journal of Applied Business Research, vol. 10, №4, p. 24-34.

187. Herzberg E., Mausner В., Snyderman B. (1959). The Motivation to Work. -NY: The Free Press.

188. Lehtinen U., Lehtinen J. (1982). Service quality: A study of quality dimensions, unpublished working paper. Helsinki: Service Management Institute, Finland.

189. Lovelock C. (1983). Classifying services to gain strategic marketing insights//Journal of Marketing, vol. 47 (Summer), p. 9-20.188. Neesweek.- 1999.-№24.

190. Parasuraman A., Zeithame V., Berry L. A Conceptual model of service quality and its implications for future research// Journal of Marketing, vol. 49 (Fall 1985), p. 41-50.

191. Parasuraman A., Zeithame V., Berry L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality// Journal of Retailing, vol. 64 (Spring), p. 12-40. '

192. Redor D. Wage Inequalities in East and West. Camb., 1992. - p. 98.

193. Rust R., Oliver R. (1994). Service Quality New Directions in Theory and Practice. London: Sage Publications.

194. Strandvik T. (1998). Tolerant Zones in Perceived Service Quality. Swedish School of Economics and Business. Helsinki.

195. World Investment Report, 2000, N.Y. and Geneva, 2000.

196. Zeithame V., Parasuraman A., Berry L. (1990). Delivering Service Quality, NY: Free Press.