
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
СТАНДАРТ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р
53108—
2008

Услуги бытовые
КЛАССИФИКАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Издание официальное

БЗ 6—2008/154



Москва
Стандартинформ
2009

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», а правила применения национальных стандартов Российской Федерации — ГОСТ Р 1.0—2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения»

Сведения о стандарте

- 1 РАЗРАБОТАН Закрытым акционерным обществом «Институт региональных экономических исследований» (ЗАО «ИРЭИ») и Департаментом потребительского рынка и услуг города Москвы
- 2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 346 «Бытовое обслуживание населения»
- 3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 декабря 2008 г. № 517-ст
- 4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты», а текст изменений и поправок — в ежемесячно издаваемых информационных указателях «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ежемесячно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет

© Стандартиформ, 2009

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

| | |
|---|----|
| 1 Область применения | 1 |
| 2 Нормативные ссылки | 1 |
| 3 Термины и определения | 1 |
| 4 Общие требования | 2 |
| 5 Номенклатура показателей категории | 3 |
| 6 Метод определения категории организации | 10 |
| Приложение А (рекомендуемое) Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям организаций, оказывающих услуги по уборке зданий и сооружений | 11 |
| Библиография | 15 |

Услуги бытовые

КЛАССИФИКАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Consumer Services. Classification of enterprises

Дата введения — 2009—07—01

1 Область применения

Настоящий стандарт предназначен для классификации на категорию организаций независимо от их организационно-правовой формы и на индивидуальных предпринимателей, предметом деятельности которых является оказание бытовых услуг (далее — организации).

Стандарт устанавливает состав номенклатуры показателей категории организаций для всех видов бытовых услуг, метод определения категории организации.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ Р ИСО 9000—2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ГОСТ Р ИСО 9001—2008 Системы менеджмента качества. Требования

ГОСТ Р 50646—94 Услуги населению. Термины и определения

ГОСТ Р 51870—2002 Услуги бытовые. Услуги по уборке зданий и сооружений. Общие технические условия

ГОСТ Р 52113—2003 Услуги населению. Номенклатура показателей качества

ОК 002—93 Общероссийский классификатор услуг населению

Примечание — При пользовании настоящим стандартом целесообразно проверить действие ссылочных стандартов в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет или по ежегодно издаваемому информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по соответствующим ежемесячно издаваемым информационным указателям, опубликованным в текущем году. Если ссылочный документ заменен (изменен), то при пользовании настоящим стандартом следует руководствоваться заменяющим (измененным) документом. Если ссылочный документ отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по ГОСТ Р ИСО 9000, ГОСТ Р 50646, ГОСТ Р 52113 и следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 **«услуга», «обслуживание», «предоставление услуги», «условия обслуживания»:** по ГОСТ Р 50646.

3.2 **«качество»:** по ГОСТ Р ИСО 9000.

3.3 **«результат услуги»:** по ГОСТ Р 52113.

Примечание — Результат услуги заключается в изменении состояния объекта услуги и (или) удовлетворении потребностей потребителя.

3.4 «бытовая услуга»: по ГОСТ Р 50646.

Примечание — Согласно ОК 002 услуги, отнесенные к бытовым, имеют коды: 01 — код группы бытовые услуги, 80 — прочие услуги населению.

3.5 категория организации в сфере бытовых услуг (далее — категория организации): Классификационная группа организаций в сфере бытовых услуг одного вида (типа), объединенных общим уровнем возможностей предоставлять услуги высокого качества и фактического качества оказываемых услуг.

3.6 классификация организаций сферы бытовых услуг на категорию (далее — категорирование): Процедура оценки соответствия, связанная с отнесением организации к определенной категории на основании исследования этой организации и предоставляемых ею услуг с удостоверением результата исследования в письменной форме.

3.7 показатели категорирования: Характеристики бытовых услуг и оказывающих их организаций, значения которых сравниваются с установленными в правилах классификации диапазонами значений показателей качества для определения категории исследуемой организации.

3.8 критерии категорирования: Комплекс требований и условия отнесения организаций к той или иной категории.

4 Общие требования

4.1 Нормативную базу категорирования составляют:

- технические регламенты;
- международные и национальные стандарты;
- санитарные правила и нормы;
- нормативные документы и правила, содержащие требования к характеристикам бытовых услуг и оказывающим их организациям всех категорий;
- другие документы, которые устанавливают требования к качеству и безопасности бытовых услуг и деятельности организаций.

4.2 Основными целями категорирования организаций сферы бытового обслуживания являются:

- введение дифференцированного подхода к организациям, различающимся по качеству оказываемых бытовых услуг, при реализации региональных программ и мероприятий социально-экономического характера;

- повышение информированности потребителя о качестве услуг для предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителя, и обоснованности выбора им организации;
- создание возможности компетентного подтверждения качества услуг в рекламных целях;
- повышение информированности организаций о качестве услуг, оказываемых в регионе;
- повышение конкурентоспособности организаций;
- обозначение базовых ступеней качества для оценки развития организаций и отрасли, которые можно использовать в качестве стимулов для саморазвития организаций;
- стимулирование развития добросовестной конкуренции в сфере бытового обслуживания.

4.3 Основные принципы категорирования организаций

Основные принципы категорирования организаций включают в себя:

- оценку организации в целях категорирования по трем направлениям:
 - оценку качества оказываемых организацией бытовых услуг по степени удовлетворения потребностей потребителя;
 - оценку возможностей и деятельности организации по поддержанию стабильности и повышению качества услуг;
 - оценку результатов взаимодействия организации с обществом и окружающей средой (побочный эффект, ущерб для общества);
- проведение категорирования по инициативе организаций на добровольной основе;
- соблюдение организацией установленных соответствующими органами обязательных требований безопасности и наличия удостоверений безопасности (сертификатов, заключений и т.п.), предусмотренных законодательством;
- соблюдение конфиденциальности информации об организации, составляющей коммерческую тайну;

- независимость субъектов процедуры категорирования (экспертов, комиссии и т.п.) от объекта категорирования (исследуемой организации);
- компетентность субъектов процедуры категорирования;
- гласность результатов категорирования.

4.4 Основные принципы категорирования организаций необходимо соблюдать для предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей услуг, а также для повышения достоверности оценки категории организаций.

4.5 Категории организаций в сфере бытовых услуг подразделяют на высшую, первую и вторую категории в зависимости от уровня возможностей организации предоставлять услуги высокого качества и фактического качества оказываемых им услуг.

Примечания

1 Обязательное условие присвоения одной категории всей организации, имеющей подразделения, отделения, номера — наличие не менее 70 % структурных единиц одной категории. В документ, удостоверяющий категорию, должна быть внесена информация о категориях подразделений, номеров и т.д.

2 Допускается категорирование отдельных подразделений, например, приемных пунктов химчисток, прачечных и т.д.

4.6 Результаты категорирования характеризуют уровень качества бытовых услуг, оказываемых организацией, и могут использоваться в рекламных и информационных целях, в качестве обоснования для установления цен на услуги, при статистических исследованиях динамики развития отрасли.

Информация о присвоенных категориях должна присутствовать на информационных стендах или в информационных проспектах организации, может использоваться в элементах визуальной рекламы, а также в любой другой рекламной продукции.

4.7 Устанавливаемая категория может служить основанием для предоставления льгот или введения дифференцированных коэффициентов для организации с учетом качества оказываемых ею бытовых услуг при реализации региональных программ социально-экономического развития.

4.8 Категорирование организации может быть осуществлено в виде самостоятельной процедуры либо в рамках добровольной системы сертификации.

4.9 Документы по категорированию организаций в сфере бытовых услуг на категорию разрабатываются с учетом демографических (территориальных) особенностей, национальных традиций и природно-климатических условий регионов (субъектов Российской Федерации) и могут включать в себя критерии отнесения организаций к различным категориям, основные признаки, характеризующие категории организаций, методы оценки и контроля значений показателей организаций в сфере бытовых услуг.

4.10 Экспертизу документов по категорированию организаций в сфере бытовых услуг на соответствие настоящему стандарту следует проводить в соответствующем Техническом комитете по стандартизации.

4.11 Документы по категорированию подлежат регулярному пересмотру и обновлению.

5 Номенклатура показателей категории

5.1 Для формирования номенклатуры показателей категории организаций, оказывающих бытовые услуги, необходимо определить:

- вид оказываемых бытовых услуг;
- тип организаций, оказывающих однородный вид бытовых услуг.

5.1.1 Перечень видов и наименований бытовых услуг определяется по ОК 002.

5.1.2 Организации в сфере бытовых услуг, оказывающие услуги одного вида, различаются по типам в зависимости от номенклатуры (ассортимента) предоставляемых услуг, их разнообразия и сложности; технической оснащенности (материальной базы, инженерно-технического оснащения и оборудования, состава помещений, архитектурно-планировочного решения и т.д.); методов обслуживания.

Пример — Типы организаций, оказывающих фотоуслуги: фотоцентр, фотография, фотолaborатория, фотокабина.

Примечание — Особенности услуг конкретных видов не требуют деления организаций на типы.

Пример — Обрядовые услуги.

5.1.3 Формирование номенклатуры показателей категории организаций, оказывающих услуги конкретных видов, осуществляется на основе исходной номенклатуры показателей категории.

5.1.4 В номенклатуре показателей категории выделяют три группы:

- показатели безопасности;
- показатели возможностей организации предоставлять услуги высокого качества;
- показатели фактического качества оказываемых услуг.

5.1.4.1 Показатели безопасности включают в себя:

- требования безопасности, определенные законодательством или в установленном им порядке (в том числе санитарно-эпидемиологической, пожарной, экологической безопасности);
- характеристики безопасности жизни, здоровья, имущества потребителя, связанные с оказанием конкретных услуг, дополнительные к указанным выше требованиям.

5.1.4.2 Показатели возможностей организации предоставлять бытовые услуги высокого качества подразделяют на две подгруппы:

- характеристики факторов качества (ресурсов организации);
- характеристики элементов системы менеджмента качества.

К факторам качества относятся трудовые ресурсы организации, используемые при оказании бытовых услуг, помещение, оборудование, инструменты, материалы, технологии и т.п.

Характеристики элементов системы менеджмента качества включают в себя наличие и эффективность системы менеджмента качества организации или ее отдельных элементов.

5.1.4.3 Показатели фактического качества оказываемых услуг отражают характеристики процессов обслуживания и качество результата оказываемых организацией услуг, включая наличие зарегистрированных обоснованных жалоб или претензий потребителей о нарушениях их потребительских прав и специфические для услуг конкретного вида характеристики изменения состояния объекта услуги для удовлетворения потребителя.

5.1.4.4 Состав номенклатуры показателей категории организаций для бытовых услуг всех видов приведен в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Номенклатура показателей категории организаций в сфере бытовых услуг

| Показатели | Рекомендуемое документальное подтверждение | Методы оценки и контроля показателей |
|---|--|---|
| <p>1 Характеристики безопасности</p> <p>1.1 Требования безопасности, определенные законом или в установленном им порядке</p> <p>1.1.1 Санитарно-эпидемиологическая безопасность</p> <p>1.1.2 Пожарная безопасность</p> <p>1.1.3 Экологическая безопасность</p> <p>1.2 Характеристики безопасности жизни, здоровья, имущества потребителя, дополнительные к 1.1</p> <p>1.2.1 Обеспечение сохранности имущества потребителя, которое является объектом услуги</p> <p>1.2.2 Обеспечение сохранности личных вещей потребителя (для ряда социально-культурных услуг)</p> <p>1.3 Характеристики безопасности окружающей среды, дополнительные к 1.1</p> | <p>Правильно оформленные документы (сертификаты, заключения и т.п.), подтверждающие выполнение требований</p> <p>Отсутствие жалоб, наличие склада и т.д.</p> <p>Наличие гардероба, сейфа и т.д. или чека за хранение</p> <p>Подтверждающие документы (договор на вывоз мусора, волос и т.д.)</p> | <p>Анализ документов</p> <p>Анализ организационно-технических возможностей организации по выполнению требований и/или анализ документов</p> |
| <p>2 Показатели возможностей организации предоставлять услуги высокого качества</p> <p>2.1 Характеристики факторов качества (ресурсов организации)</p> <p>2.1.1 Характеристики кадрового состава, образования и квалификации работников-исполнителей услуги</p> <p>2.1.1.1 Наличие конкретных специалистов (приемщика, пятновыводчика, администратора и т.п.)</p> <p>2.1.1.2 Образование и квалификация работников</p> <p>2.1.1.3 Стаж работы по специальности</p> <p>2.1.1.4 Регулярность и содержание повышения квалификации работников, регулярная аттестация</p> | <p>Документы, подтверждающие образование, квалификацию, аттестацию, участие в конкурсах и т.п., записи в трудовых книжках или справках, заверенная руководителем организации</p> | <p>Анализ документов (копий), беседа с работниками организации</p> |

Продолжение таблицы 1

| Показатели | Рекомендуемое документальное подтверждение | Методы оценки и контроля показателей |
|---|--|---|
| <p>2.1.1.5 Наличие у работников опыта выполнения творческих работ, участие работников в конкурсах профессионального мастерства, выставках и т.п. (для услуг, требующих творческого подхода к выполнению заказа)</p> <p>2.1.1.6 Квалификация руководящего персонала организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие в администрации организации сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса - повышение квалификации представителями администрации в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние 3 года <p>2.1.2 Характеристики используемого при оказании услуг оборудования (инструментов)</p> <p>2.1.2.1 Наличие специального оборудования (инструментов)</p> <p>2.1.2.2 Использование современного, прогрессивного оборудования (инструментов)</p> <p>2.1.2.3 Обслуживание оборудования (в т.ч. регулярность обслуживания)</p> <p>2.1.3 Характеристики используемых при оказании услуг материалов</p> <p>2.1.3.1 Использование современных химических материалов</p> <p>2.1.3.2 Использование фирменных бланков при оформлении заказа</p> <p>2.1.3.3 Применение специальной (фирменной) упаковки при выдаче заказов (для производственных услуг), этикеток</p> <p>2.1.4 Характеристики применяемых при оказании услуг технологий</p> <p>2.2 Характеристики элементов системы менеджмента качества</p> <p>2.2.1 Степень документированности процессов в организации</p> <p>2.2.1.1 Наличие и использование технологических инструкций (в т.ч. для отдельных видов услуг — журналов, учебников), охватывающих в совокупности все виды услуг, указанных в прейскурантах</p> <p>2.2.1.2 Наличие и использование должностных инструкций</p> <p>2.2.1.3 Высокая степень документированности процессов в организации</p> <p>2.2.2 Наличие сертифицированной системы менеджмента качества в организации (наличие сертификата соответствия системы менеджмента качества требованиям ГОСТ Р ИСО 9001)</p> <p>2.2.3 Наличие у организации документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия; свидетельства об участии в конкурсах, выставках; положительных отзывов потребителей и т.п.</p> | <p>Техническая документация на оборудование и/или справка, заверенная руководителем организации</p> <p>Соответствующие записи в журналах (договор со стороны организацией, специалистом, наличие специалиста в штате, план планово-предупредительных работ)</p> <p>Справка, заверенная руководителем организации, и (или) договора с поставщиками, сертификаты, санитарно-эпидемиологические заключения, техническая документация на материалы</p> <p>Бланки</p> <p>Образцы упаковки</p> <p>Документация на применяемые технологии, технологические инструкции и т.п.</p> <p>Наличие журналов, записей</p> <p>Технологические инструкции</p> <p>Должностные инструкции</p> <p>Документированные процессы</p> <p>Сертификат соответствия</p> <p>Сертификаты, дипломы, свидетельства, благодарности, записи в книге отзывов и предложений, публикации в прессе</p> | <p>Анализ документов, визуальный осмотр</p> <p>Анализ документов и организационно-технических возможностей организации</p> <p>Анализ документов, наблюдение в организации</p> <p>Анализ документов, беседа с работниками организации</p> <p>Проверка документа</p> <p>Анализ документов</p> |

Продолжение таблицы 1

| Показатели | Рекомендуемое документальное подтверждение | Методы оценки и контроля показателей |
|---|--|---|
| <p>2.2.4 Регулярное взаимодействие с организациями—носителями ведущих технологических направлений данного вида услуг (франчайзинг, авторизация, уполномочивание и т.п.)</p> <p>2.2.5 Организация контроля качества в организации или регулярное осуществление такого контроля со стороны компаний-франчайзеров, объединения предпринимателей и т.п.</p> <p>2.2.6 Наличие элементов маркетинга в организации, в т.ч. организация «обратной связи» — опросы или анкетирование потребителей с анализом полученной информации в целях повышения качества</p> <p>2.2.7 Выполнение администрацией организации мероприятий по поддержке и повышению квалификации работников</p> <p>2.2.8 Менеджмент материальных ресурсов (инструменты, оборудование, материалы)</p> <p>2.2.9 Наличие постоянных договоров с поставщиками и/или наличие системы взаимодействия с ними на основе взаимовыгодных отношений</p> | <p>Договора</p> <p>Регистрационные записи о результатах контроля согласно договорам</p> <p>Анкеты, результаты обработки опросов потребителей и т.п.</p> <p>Справка, заверенная руководителем организации</p> <p>Справка, заверенная руководителем организации</p> <p>Договора с поставщиками</p> | <p>Анализ документов, беседа с работниками организации</p> <p>Анализ документов, беседа с работниками организации</p> <p>Анализ документов, социологические методы</p> <p>Беседа с работниками организации</p> <p>Регистрационный метод</p> |
| <p>3 Показатели фактического качества оказываемых услуг</p> <p>3.1 Характеристики процессов обслуживания</p> <p>3.1.1 Характеристики оформления и оборудования здания и залов обслуживания</p> <p>3.1.1.1 Художественное оформление организации</p> <p>3.1.1.2 Наличие общего стиля одежды у работников, взаимодействующих с потребителем</p> <p>3.1.1.3 Наличие фирменного стиля у организации</p> <p>3.1.1.4 Наличие световых элементов оформления здания</p> <p>3.1.1.5 Характеристики состава помещений (в т.ч. площадей)</p> <p>3.1.1.6 Удобство (комфортность) оборудования помещений для обслуживания (мебель, система кондиционирования воздуха, туалет для посетителей с комплектом санитарно-гигиенических средств и т.п.)</p> <p>3.1.1.7 Характеристики физических условий обслуживания (температура воздуха, влажность, запахи, звуки и т.п.) — при длительном присутствии потребителя в организации</p> <p>3.1.1.8 Обособленность клиента от других посетителей организации при обслуживании (приватность)</p> <p>3.1.1.9 Наличие развлекательных элементов в помещениях для обслуживания (телевизор, журналы и т.п.)</p> <p>3.1.1.10 Наличие удобной парковки автомашин на прилегающей к организации территории и/или удобного подъезда к нему транспорта</p> <p>3.1.2 Характеристики состава услуг и форм обслуживания</p> <p>3.1.2.1 Объем и разнообразие ассортимента услуг</p> <p>3.1.2.2 Наличие выездной и стационарной форм обслуживания</p> <p>3.1.2.3 Наличие срочного выполнения заказов, экспресс-обслуживания</p> | <p>Перечень элементов</p> <p>Справка, заверенная руководителем организации, или справка бюро технической инвентаризации</p> <p>Перечень элементов</p> <p>Техническая документация на оборудование, поддерживающее требуемые условия</p> <p>Наличие отдельных помещений, кабинетов, оборудования и т.д.</p> <p>Перечень элементов</p> <p>Прейскурант на все услуги</p> <p>Приказы по организации</p> <p>Прейскурант на все услуги</p> | <p>Визуальный осмотр</p> <p>Визуальный осмотр</p> <p>Анализ документов</p> <p>Органолептические методы</p> <p>Анализ документации, органолептические методы</p> <p>Органолептические методы</p> <p>Органолептические методы</p> <p>Визуальный осмотр</p> <p>Анализ документов</p> <p>Анализ документов</p> <p>Анализ документов</p> |

Продолжение таблицы 1

| Показатели | Рекомендуемое документальное подтверждение | Методы оценки и контроля показателей |
|--|---|--------------------------------------|
| 3.1.2.4 Организация комплексного обслуживания | Договора с потребителями | Анализ документов |
| 3.1.2.5 Наличие абонементного обслуживания | Договора с потребителями | Анализ документов |
| 3.1.2.6 Оказание консультационных услуг | Договора или записи в журнале | Анализ документов |
| 3.1.2.7 Возможность предварительной записи | Приказ по организации | Анализ документов |
| 3.1.2.8 Реализация сопутствующих товаров | Лицензия на торговлю, стенды с товарами | Анализ документов, визуальный осмотр |
| 3.1.2.9 Наличие самообслуживания (например, печатные) | Бланки договоров с потребителями | Анализ документов |
| 3.1.2.10 Наличие конкретных услуг в ассортименте | Прейскурант | Анализ документов |
| 3.1.2.11 Заверяемые руководителем организации наличие дополнительного сервиса, предоставление организацией сопутствующих (смежных) услуг | Квитанции, договора с потребителями | Анализ документов |
| 3.1.2.12 Возможность вызова по телефону сотрудников организации для оформления, принятия и (или) выполнения (выдачи) заказа | Приказ по организации, реклама | Анализ документов |
| 3.1.2.13 Доставка объекта услуги от потребителя к исполнителю и после выполнения услуги — к потребителю | Наличие транспорта, документы на транспорт | Анализ документов, визуальный осмотр |
| 3.1.2.14 Оказание помощи в погрузке (разгрузке) крупногабаритных объектов услуги на транспортные средства заказчика | Прейскурант, дополнительные услуги | Анализ документов |
| 3.1.2.15 Предоставление потребителям средств малой механизации для перемещения крупногабаритных объектов услуги | Наличие транспорта, документы на транспорт | Анализ документов, визуальный осмотр |
| 3.1.2.16 Временная замена (на период ремонта или технического обслуживания) объекта услуг на исправный объект, являющийся собственностью исполнителя | Наличие заменного фонда (документы), договор с потребителем | Анализ документов, визуальный осмотр |
| 3.1.3 Наличие системы скидок и специальных условий обслуживания для отдельных категорий потребителей (в т.ч. постоянных) | Прейскурант или другой документ | Анализ документов |
| 3.1.4 Временные характеристики обслуживания | | |
| 3.1.4.1 Удобство режима работы организации (приемного пункта): | Вывеска на входе | Осмотр |
| - количество приемных часов в неделю | | |
| - работа организации в поздние часы | | |
| - работа организации в ранние часы | | |
| - работа в выходные дни | | |
| 3.1.4.2 Круглосуточное обслуживание | Вывеска на входе | Осмотр |
| 3.1.4.3 Оперативность обслуживания, выполнения заказа | Прейскурант, срочность предоставления услуги | Анализ документов |
| 3.1.4.4 Время ожидания потребителем представителя организации при обслуживании на дому | Жалобы потребителя | Анализ документов |
| 3.1.5 Информационные характеристики | | |
| 3.1.5.1 Предоставление потребителям, населению дополнительной (к установленной законодательством) полезной информации, связанной с оказанием данного вида услуг и потреблением их результатов — размещение информации в организации (на стендах), в справочниках, средствах массовой информации и т.п. | Копия объявлений в источниках информации | Анализ документов |
| 3.1.5.2 Размещение информации о предприятии и его услугах на тематической странице глобальной телекоммуникационной сети Интернет | Информация из сети Интернет | Анализ документов |
| 3.1.5.3 Наличие телефонной диспетчерской службы | Наличие внутренней связи, телефонов | Осмотр |

Окончание таблицы 1

| Показатели | Рекомендуемое документальное подтверждение | Методы оценки и контроля показателей |
|---|--|---|
| 3.1.5.4 Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков с информацией о них 3.1.5.5 Наличие зарегистрированного в патентном ведомстве знака обслуживания (товарного знака) исполнителя и его активное использование 3.2 Характеристики результата услуги 3.2.1 Отсутствие жалоб, претензий граждан о нарушениях их потребительских прав, в т. ч. удовлетворенных в судебном порядке исковых заявлений 3.2.2 Отдельные показатели качества результата услуги (измеряемые выборочно, лабораторными методами и т.п.) 3.2.3 Обеспечение выполнения организациями заказов повышенной сложности, особо модных, оригинальных, требующих индивидуального творческого подхода и т.п. 3.2.4 Отсутствие повторных ремонтов в период гарантийного срока, установленного организациями на выполненные ими работы | Бумажная копия именных значков Документ на товарный знак Книга жалоб и предложений Протоколы измерений Договора с потребителем Записи в журнале | Визуальный осмотр Анализ документов Анализ документов Анализ документов, инструментальный и расчетный методы Анализ документов, органолептические методы Анализ документов |
| Примечания 1 Вместо оригиналов документов могут использоваться ксерокопии. 2 Справки, заверяемые руководителем организации, могут быть объединены в одну, оформляемую на стандартном бланке организации. | | |

5.1.4.5 Показатели категории организаций для услуг конкретного вида выбираются на основании анализа их особенностей. При выборе показателей следует учитывать положения ГОСТ Р 52113. Пример выбора показателей приведен в приложении А. В зависимости от специфических особенностей вида услуг и типов организаций некоторые группы и подгруппы показателей, приведенные в таблице 1, могут отсутствовать.

5.2 Этапы разработки номенклатуры показателей категории для конкретного вида услуг приведены в таблице 2.

Т а б л и ц а 2 — Этапы разработки показателей категории организаций сферы бытового обслуживания

| Этап | Содержание этапа | Предлагаемые методы, подходы, источники данных |
|--|--|--|
| Этап 1. Уточнение видов и типов организаций — объектов категорирования и определение набора категорий для каждого типа | Анализ целесообразности категорирования организаций данного вида (организаций, оказывающих конкретный вид услуг) | Экспертные оценки; изучение опыта категорирования организаций данного вида; выявление наличия реальной дифференциации организаций (а не их услуг) по качеству; определение, достаточно ли стабильно качество рассматриваемого вида услуг для объективного определения категории организации |
| | Уточнение вида организаций | Проводится на основе общероссийских классификаторов (ОК 002 и других) с учетом современных тенденций изменения видов услуг |
| | Выделение отдельных типов организаций | Анализ наличия на рынке услуг устойчивых групп организаций, характеризующихся особенностями обслуживания и номенклатуры предоставляемых услуг, имеющих специфические характеристики качества (например, фотоуслуги: 4 типа организаций) |
| | Определение необходимости категорирования организации по отделениям (подразделениям) | Исследование степени дифференциации качества услуг для различных посетителей в зависимости от отделения, подразделения организации (например, услуги бань, душевых, саун) |
| | Определение числа и наименований категорий | Уточняется с учетом исторически сложившихся систем категорий, характеризующих качество и культуру обслуживания с поправкой на возможность их морального старения. Полезен анализ наименований и вывесок организаций для выявления распространенных слов и словосочетаний, характеризующих высокое качество |

Окончание таблицы 2

| Этап | Содержание этапа | Предлагаемые методы, подходы, источники данных |
|---|--|--|
| Этап 2. Формирование набора показателей категорирования | Составление системы показателей категории | Осуществляется с использованием номенклатуры показателей категории на основе анализа действующих нормативных документов, опыта категорирования в сфере услуг, изучения пожеланий потребителей и мнения экспертов |
| | Выделение обязательных требований | Анализ установленных государством обязательных требований к услугам и организации (в т.ч. по безопасности) как необходимого условия категорирования |
| | Деление показателей на основные и дополнительные | Учитываются сложившиеся в отрасли представления о требованиях к категориям организаций; значимость показателя, определенная опросами потребителей и экспертными оценками; возможность объективного измерения показателя |
| Этап 3. Определение диапазонов допустимых значений для основных показателей | | Выполняется по каждой категории на основе изучения мнения потребителей и экспертов и анализа значений рассматриваемых показателей в действующих организациях |
| Этап 4. Установление стоимости дополнительных показателей в баллах | | Определяются с учетом экспертных методов оценки относительной значимости показателей (коэффициентов весомости) |
| Этап 5. Расчет критерия балльной оценки | | Целесообразно совместить следующие методы: расчет на абстрактных базовых моделях категорий; пробное категорирование реальных организаций, которые, по мнению экспертов, соответствуют конкретным категориям; аналитический метод |

5.3 Методы оценки и контроля значений показателей категории организаций классифицируют по:

- способам получения информации;
- источникам получения информации.

5.3.1 По способам получения информации методы оценки и контроля значений показателей категории организаций подразделяют на следующие:

- инструментальные;
- регистрационные;
- органолептические;
- расчетные;
- аналитические.

5.3.1.1 Инструментальные методы основаны на получении информации с помощью технических средств измерения.

5.3.1.2 Регистрационные методы основаны на использовании информации, получаемой подсчетом определенных событий, предметов, затрат и т.п.

5.3.1.3 Органолептические методы состоят в использовании информации, получаемой в результате анализа ощущений и восприятий от органов чувств человека: зрения, слуха, обоняния, болевых ощущений, осязания и вкуса.

5.3.1.4 Расчетные методы основаны на использовании теоретических или эмпирических зависимостей для определения числовых значений показателей категории.

5.3.1.5 Аналитические методы состоят в получении информации на основе анализа документации, организационно-технических возможностей организации и т.п.

5.3.1.6 Значения показателей категории организаций бытового обслуживания могут определяться при одновременном использовании нескольких методов.

5.3.2 По источникам получения информации методы оценки и контроля значений показателей категории организаций подразделяют на следующие:

- традиционные;
- экспертные;
- социологические.

5.3.2.1 Традиционные методы определения значений показателей заключаются в использовании информации от традиционных ее источников и осуществляются соответствующими должностными лицами организации, включая работников специализированных лабораторных или расчетных подразделений организации.

5.3.2.2 Экспертные методы основаны на использовании обобщенного опыта специалистов-экспертов.

5.3.2.3 Социологические методы основаны на сборе и анализе мнений фактических или возможных потребителей услуг исследуемой организации.

6 Метод определения категории организации

6.1 При оценке организации на соответствие конкретной категории показатели категории подразделяют на основные и дополнительные. Основные показатели представляют собой диапазоны значений требований, которым должна соответствовать организация.

Дополнительные показатели оцениваются в баллах. Балльная оценка организации определяется как сумма всех «набранных» ей баллов. Таким образом, в отличие от основных показателей снижение значения одного дополнительного показателя может быть компенсировано повышением другого.

П р и м е ч а н и е — Критерий балльной оценки представляет собой минимальную сумму баллов, которую организация должна набрать по дополнительным показателям.

Классификация организации в сфере бытовых услуг на категорию базируется на совокупности основных требований и балльной оценки.

6.2 Для проведения классификации на категорию на основе настоящего стандарта с учетом таблицы 1 должны быть разработаны критерии категорирования для услуг всех видов и типов организаций в сфере бытовых услуг.

Критерии отнесения организаций к категориям должны содержать уточненные перечни показателей категории, критерии балльной оценки для различных категорий организаций (суммы баллов, которые должны «набрать» организации для соответствия определенной категории), а также пояснения по их применению. Критерии отнесения к категориям устанавливаются отдельно для различных видов бытовых услуг и для различных типов организаций.

Пример — Рекомендуемые критерии отнесения к категориям организаций, оказывающих услуги по уборке зданий и сооружений, приведены в приложении А.

6.3 Организации первой и высшей категорий должны соответствовать следующим критериям:

- выполнение всех обязательных требований, установленных для данной категории;
- равенство или превышение суммой баллов, набранной организацией по дополнительным показателям, критерия балльной оценки, установленного для данной категории.

6.4 При наличии нормативных документов для конкретного вида бытовых услуг в организации высшей или первой категории, оказывающей данный вид услуг, должны выполняться все требования указанного документа. В организации второй категории должно обеспечиваться соответствие требованиям безопасности и охраны окружающей среды указанного документа (таблица А.1 приложения А).

6.5 При классификации организаций отнесение организации к одной из категорий проводится следующим образом: применяются самооценка организации на соответствие основным требованиям и экспертные оценки.

Приложение А
(рекомендуемое)

Критерии отнесения к высшей, первой и второй категориям организаций, оказывающих услуги по уборке зданий и сооружений

Организация **высшей категории** должна соответствовать следующим критериям:

- 1) необходимым условиям отнесения организации к категории (таблица А.1),
- 2) основным требованиям (показатели со знаком «+» или количественными значениями в колонке высшей категории таблицы А.2),
- 3) критерию балльной оценки — набрать в сумме по дополнительным показателям таблицы А.2 число баллов не менее значения, установленного для высшей категории.

Организация **первой категории** должна соответствовать следующим критериям:

- 1) необходимым условиям отнесения организации к категории (таблица А.1),
- 2) основным требованиям (показатели со знаком «+» или количественными значениями в колонке первой категории таблицы А.2),
- 3) критерию балльной оценки — набрать в сумме по дополнительным показателям таблицы А.2 число баллов не менее значения, установленного для первой категории.

Организация **второй категории** должна соответствовать необходимым условиям отнесения организации к категории (таблица А.1).

Т а б л и ц а А.1 — Необходимые условия отнесения организации к категории

| Необходимые условия | Оценка организации |
|---|--------------------|
| 1 Наличие документов, подтверждающих соответствие услуг обязательным требованиям (если такое подтверждение предусмотрено законом или в установленном им порядке) | |
| 2 Соответствие услуг Правилам бытового обслуживания населения в Российской Федерации [1], требованиям ГОСТ Р 51870 (для второй категории — соответствие только обязательным требованиям стандарта) | |
| 3 Наличие в технологической цепочке оказания услуги этапа получения информации о технических характеристиках мест, подлежащих уборке, в целях обеспечения гарантии от ущерба при использовании химических средств | |

Т а б л и ц а А.2 — Показатели для определения высшей и первой категорий организаций

| Показатель | Оценка предприятия («+», «-» или баллы) | |
|--|--|------------------|
| | Высшая категория | Первая категория |
| Факторы качества (ресурсы организации) | | |
| 1 Состав и квалификация работников (специалистов) | | |
| 1.1 Стаж работников, оказывающих услуги по профессиональной уборке: | | |
| 1.1.1 Профессиональные уборщики, имеющие стаж работы по специальности более трех лет: не менее 50 % общей численности специалистов | + | — |
| 1.1.2 Профессиональные уборщики, имеющие стаж работы по специальности более одного года: не менее 50 % общей численности специалистов | — | + |
| 1.2 Образование и квалификация работников | | |
| 1.2.1 Наличие специалистов, прошедших обучение и/или получивших документ, подтверждающий квалификацию в одном — двух типах услуг уборки, — не менее 90 % общей численности специалистов | + | Д |
| 1.2.2 Наличие специалистов, прошедших обучение и/или получивших документ, подтверждающий квалификацию по всему ассортименту услуг уборки, — не менее 10 % общей численности специалистов | + | Д |

Продолжение таблицы А.2

| Показатель | Оценка предприятия («+», «-» или баллы) | |
|--|--|---------------------|
| | Высшая категория | Первая категория |
| 1.3 Квалификация руководящего персонала организации: | | |
| 1.3.1 Наличие в администрации организации сотрудников с высшим экономическим образованием или образованием менеджера в сфере сервиса | Д | Д |
| 1.3.2 Повышение квалификации представителями администрации в области экономики, предпринимательства или маркетинга услуг за последние 3 года | Д | Д |
| 2 Использование современных (прогрессивных) технологий, оборудования и инструментов, современных материалов | + | + |
| 3 Наличие достаточного технологического оборудования, уборочного инвентаря и химических средств для выполнения услуг (в соответствии с действующими договорами) | + | + |
| 4 Регулярное обслуживание технологического электрооборудования, в т.ч. для обеспечения безопасности его эксплуатации | + | + |
| 5 Обеспечение безопасного хранения оборудования и используемых химических средств | + | + |
| 6 Предложение расширенного ассортимента химических средств для одного типа услуг для выбора потребителем | + | Д |
| 7 Наличие технической документации на все применяемые технологии | + | + |
| Элементы системы менеджмента качества | | |
| 8 Высокая степень документированности процессов в организации | Д | Д |
| 9 Наличие сертифицированной системы менеджмента качества | Д | Д |
| 10 Наличие документов, подтверждающих повышенное качество оказываемых услуг, в т.ч. дополнительных сертификатов соответствия | Д | Д |
| 11 Наличие постоянных потребителей (срок обслуживания не менее двух лет) | + | Д |
| 12 Наличие элементов маркетинга в организации, в т.ч. организация «обратной связи» — опросы или анкетирование потребителей с анализом полученной информации для повышения качества предоставляемых услуг | Д | Д |
| 13 Организация мероприятий (реализация программы) по поддержке и повышению квалификации профессиональных уборщиков (в т.ч. на базе исполнителя) | + | + |
| 14 Наличие постоянных договоров с поставщиками химических средств | Д | Д |
| 15 Наличие системы оперативного обеспечения дополнительным оборудованием (при получении срочных заказов) | Д | Д |
| Качество обслуживания | | |
| 16 Оформление и стиль организации | | |
| 16.1 Эстетическое оформление помещений для приема потребителей | + | Д |
| 16.2 Наличие специальной (фирменной) одежды у профессиональных уборщиков | + | + |
| 16.3 Наличие фирменного стиля у организации | Д | Д |
| 16.4 Наличие световых элементов оформления здания | Д | Д |
| 17 Наличие удобной парковки автомашин на прилегающей к офису территории или удобного подъезда транспорта | Д | Д |
| 18 Состав услуг | | |
| 18.1 Ассортимент оказываемых услуг — согласно перечню в ГОСТ Р 51870, %: | не менее 90 | не менее 80 |
| 18.2 Убираемые поверхности: | | |
| 18.2.1 Внутри зданий, сооружений | Д | Д |
| 18.2.2 Снаружи зданий, сооружений | Д | Д |
| 18.2.3 Прилегающая территория | Д | Д |

Окончание таблицы А.2

| Показатель | Оценка предприятия («+», «-» или баллы) | |
|--|--|------------------|
| | Высшая категория | Первая категория |
| 18.3 Уход за твердыми полами (генеральная уборка по таблице 5.1 ГОСТ Р 51870) | Д | Д |
| 18.4 Уход за полутвердыми полами (по таблице 5.2 ГОСТ Р 51870) | Д | Д |
| 18.5 Высотные работы | Д | Д |
| 18.6 Мелкий ремонт | Д | Д |
| 19 Обеспечение срочного обслуживания | + | Д |
| 20 Специальные условия обслуживания для отдельных (постоянных) категорий потребителей (система скидок и т.п.) | Д | Д |
| 21 Удобный режим работы организации (офиса): | | |
| 21.1 Количество часов в неделю более 60 | Д | Д |
| 21.2 Работа организации до 20 часов и позднее | Д | Д |
| 21.3 Работа организации с 9 часов и ранее | Д | Д |
| 21.4 Работа в выходные и праздничные дни | Д | Д |
| 22 Прибытие работников к потребителю строго в сроки, согласованные с потребителем | + | + |
| 23 Предоставление потребителям дополнительной полезной информации, связанной с оказанием услуг по уборке зданий и помещений (размещение информации в организации, в справочниках, средствах массовой информации и др.) | Д | Д |
| 24 Возможность получения потребителем необходимой информации по телефону | + | + |
| 25 Возможность вызова по телефону сотрудников организации для оформления заказа | + | Д |
| 26 Наличие у работников, обслуживающих потребителей, именных значков с информацией о них | Д | Д |
| 27 Наличие зарегистрированного в патентном ведомстве знака обслуживания (товарного знака) организации, его активное использование | Д | Д |
| 28 Размещение информации для потребителя на тематической странице в глобальной телекоммуникационной сети Интернет | Д | Д |
| Качество результата услуг | | |
| 29 Отсутствие жалоб, претензий граждан о нарушениях их потребительских прав, в т.ч. удовлетворенных в судебном порядке | + | + |
| 30 Отдельные показатели результата услуги, измеряемые выборочно, лабораторными методами, — по ГОСТ 51870 | | |
| 30.1 Качество влажной уборки (при генеральной уборке — коэффициент чистоты) — по таблице 5.2 ГОСТ 51870 | + | + |
| 30.2 Выведение пятен — по таблице 5.2 ГОСТ 51870 | + | + |
| 30.3 Остаточное содержание поверхностно-активных веществ в коврах и ковровых покрытиях после влажной уборки — по таблице 5.2 ГОСТ 51870 | + | + |
| 30.4 Остаточное содержание влаги в коврах и ковровых покрытиях — по таблице 5.2 ГОСТ 51870 | + | + |
| 30.5 Блеск покрытия — по таблице 5.2 ГОСТ 51870 | + | + |
| Примечания | | |
| 1 Критерии балльной оценки для первой и второй категорий устанавливаются в рамках конкретной системы категорирования органом, осуществляющим научно-методическое обеспечение системы. | | |
| 2 «+» или количественное значение — показатель является обязательным требованием для данной категории; «Д» — характеристика является дополнительной, при ее наличии организация получает дополнительные баллы; «-» — для данной категории показатель не учитывается. | | |

Т а б л и ц а А.3 — Оценка показателей в баллах

| № показателя в соответствии с таблицей А.2 | Предлагаемое число баллов на конкретный показатель | № показателя в соответствии с таблицей А.2 | Предлагаемое число баллов на конкретный показатель |
|--|---|--|---|
| 1.2.1 | 40,0 | 18.2.2 | 2,5 |
| 1.2.2 | 15,0 | 18.2.3 | 2,5 |
| 1.3.1 | 10,0 | 18.3 | 5,0 |
| 1.3.2 | 11,0 | 18.4 | 5,0 |
| 6 | 21,5 | 18.5 | 3,0 |
| 8 | 15,0 | 18.6 | 2,5 |
| 9 | 4,5 | 19 | 4,0 |
| 10 | 17,0 | 20 | 3,5 |
| 11 | 16,0 | 21.1 | 1,0 |
| 12 | 19,0 | 21.2 | 1,0 |
| 14 | 11,0 | 21.3 | 1,0 |
| 15 | 13,0 | 21.4 | 1,0 |
| 16.1 | 2,5 | 23 | 3,0 |
| 16.3 | 0,5 | 25 | 4,5 |
| 16.4 | 0,5 | 26 | 4,0 |
| 17 | 2,0 | 27 | 2,0 |
| 18.2.1 | 2,5 | 28 | 3,5 |
| | | Итого: | 250 |

Библиография

- [1] Правила бытового обслуживания в Российской Федерации (утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1025, с изменениями и дополнениями, внесенными Постановлениями Правительства Российской Федерации от 2 октября 1999 г. № 1104; от 30 сентября 2000 г. № 742; от 1 февраля 2005 г. № 49)

Ключевые слова: классификация организаций в сфере бытовых услуг на категорию, категорирование, категория качества организации, номенклатура показателей категории организации, критерии отнесения к категориям

Редактор *О.А. Столянская*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *М.С. Кабацова*
Компьютерная верстка *В.И. Грищенко*

Сдано в набор 20.02.2009. Подписано в печать 01.04.2009. Формат 60x84^{1/8}. Бумага офсетная. Гарнитура Ариал.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 1,70. Тираж 238 экз. Зак. 170.

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru info@gostinfo.ru
Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 6