

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

Сфера обслуживания населения представляется одним из перспективных направлений социально-экономического развития, в том числе с учетом сотрудничества в приграничье Республики Беларусь и Российской Федерации. Как правило, она представлена небольшими предприятиями различной формы собственности. Эти характеристики позволяют им быть мобильными, хорошо адаптироваться под запросы потребителей и социально-экономические условия. Важное значение имеет развитие сферы услуг в небольших и отдаленных населенных пунктах, так как это позволяет одновременно создавать более комфортные условия жителям, повышать качество их социально-бытовой жизни, а также получать новые рабочие места там, где функционирование крупных предприятий промышленности или сельского хозяйства нецелесообразно.

Сфера услуг – это совокупность отраслей, которые оказывают существенное влияние на качественные характеристики работника, уровень его образования, культуры, на состояние здоровья, способствуют повышению деловой активности человека, развитию его творческих способностей. Эта сфера была в первую очередь затронута факторами рыночной экономики, для нее характерна многоукладность, создание новых организационно-экономических хозяйствующих единиц с применением маркетинга и менеджмента. При этом сервис относят к социально-ориентированному сектору экономики, обеспечивающему удовлетворение потребностей населения в услугах образования, здравоохранения, культуры и т.д.

В социально-экономическом аспекте оказание услуг прочно зарекомендовало себя в качестве отдельной отрасли экономического развития, приносящей ощутимые налоги и выполняющей функции инфраструктурного развития территорий. Одной из ее особенностей является то, что практически всегда она непосредственно контактирует с потребителем, в том числе являясь посредником между производителем и тем, кто его товары приобретает, использует. Услуги сопровождают бытовую жизнь человека, связаны с его каждодневными расходами, затратами времени на решение возникающих проблем и в целом на удовлетворенность качеством жизни. Поэтому эта система должна быть достаточно развита, доступна, при этом необходимо соблюдать соотношение цены и качества и своевременно реагировать на потребности людей. Стоит признать, что долгое время оказание услуг населению считалось второстепенным по сравнению с производственной сферой, недооценивались ее потенциальные возможности, также мало внимания уделялось культуре обслуживания, необходимости максимально удовлетворить пожелания клиента. С целью изучения сущности трансформации современного представления населения о сфере услуг, удовлетворяющих расширяющиеся социальные потребности людей, выявления возможностей их структурирования и оптимизации коллективом кафедры политологии и социологии

Могилевского государственного университета имени А.А. Кулешова было проведено социологическое исследование. Объектом исследования выступили жители Могилевской области, отобранные по квотно-пропорциональному принципу (контролируемые признаки: пол, возраст, место жительства, социально-профессиональное положение). Выборка составила 804 респондента.

Как показал опрос жителей Могилевской области, нареканий на работу сферы услуг немало. На вопрос: «Устраивает ли Вас сложившаяся в районе Вашего проживания система услуг оказываемых населению?» ответили: «да, полностью устраивает» только 17,3%, «не совсем устраивает» – 56,5%, «полностью не устраивает» – 17,4%. Большинство услуг потребитель получает за плату, поэтому имеет право требовать удовлетворения своих потребностей в полной мере и на высоком уровне качества обслуживания. Имеется необходимость рассмотреть, как разные группы респондентов ответили на этот вопрос. Если брать социально-демографические характеристики, то более требовательными оказались женщины и молодежь (табл. 3).

Таблица 3

**Распределение ответов об удовлетворенности системой услуг в районе проживания в зависимости от пола и возраста, в %**

| Варианты ответов         | Общее распределение | Мужчины | Женщины | Молодежь | Средний возраст | Старшее поколение |
|--------------------------|---------------------|---------|---------|----------|-----------------|-------------------|
| Да, полностью устраивает | 17,3                | 20,5    | 14,7    | 11,1     | 14,3            | 26,7              |
| Не совсем устраивает     | 56,5                | 55,9    | 56,9    | 61,3     | 61,5            | 45,9              |
| Не устраивает            | 17,4                | 14,9    | 19,4    | 20,9     | 16,6            | 15,3              |
| Затрудняюсь ответить     | 8,8                 | 8,7     | 8,9     | 6,8      | 7,6             | 12,2              |

Большинство хозяйственно-бытовых вопросов в семье традиционно решают женщины, в определенной степени их мнение можно считать экспертным. Хотя затруднившихся ответить почти одинаковое количество обоих полов, и мужчины, вопреки стереотипам, также охотно дают оценку развитию сервиса. Можно предположить, что молодежь больше предъявляет претензий к состоянию услуг, так как имеет больше потребностей, интересуется новшествами и желает видеть свой населенный пункт комфортным и современным. Соответственно, организациям, оказывающим услуги, необходимо дифференцированно подходить к клиентам с учетом их пола и возраста. Есть отличия в ответах респондентов в зависимости от места проживания (табл. 4).

Таблица 4

**Распределение ответов об удовлетворенности развития системы услуг в районе проживания в зависимости от типа населенного пункта, в %**

| Варианты ответов         | Крупный город | Райцентр | Агрогородок | Село |
|--------------------------|---------------|----------|-------------|------|
| Да, полностью устраивает | 13,5          | 20,2     | 27,7        | 9,4  |
| Не совсем устраивает     | 58,5          | 53,7     | 53,9        | 56,6 |
| Не устраивает            | 19,7          | 17,0     | 9,2         | 22,6 |
| Затрудняюсь ответить     | 8,3           | 9,0      | 9,2         | 11,3 |

Как и следовало ожидать, наименьшая удовлетворенность развитием услуг у жителей обычных деревень. Каждый такой населенный пункт отдельным Домом быта обеспечить нереально, тем более что и потребности могут возникать у людей незапланированно, но решать их все равно необходимо. Частный бизнес могут привлечь льготы, однако рентабельность здесь не будет высокой, что останавливает бизнесменов. Поэтому важны разнообразные организационные формы, но при поддержке государства. Данные проведенного социологического исследования свидетельствуют о достаточно благоприятной ситуации в агрогородках, где наибольший процент тех, кого сервис полностью устраивает. Скорее всего, тут имеет место оптимальное сочетание доступности, культуры обслуживания, качества (нередко работник службы сервиса и клиент хорошо знакомы и не хотят ничем омрачать свои отношения), да и многие сельские жители, проживая ранее без таких удобств, удовлетворены всеми преимуществами агрогородков. Наибольшее число тех, кого полностью не устраивает состояние сервиса, сосредоточено в г. Могилеве – 20,0% и г. Бобруйске – 19,3%. Только примерно каждый десятый могилевчанин (11,2%) не высказывает никаких претензий. Это выглядит, на первый взгляд, очень странно, так как в крупных городах концентрация субъектов хозяйствования, оказывающих услуги, самая высокая. Однако потребитель не довольствуется простым наличием возможности воспользоваться услугой. Население обращает внимание на качество, цену, культуру обслуживания, «шаговую доступность», наличие большого ассортимента, гарантий и т.д. Обнаружилась также и другая интересная тенденция: чем выше у респондента доход, тем в большей степени его устраивает сложившаяся в районе проживания система услуг. Таким образом, повышение благосостояния населения сказывается позитивно на потребительском настроении людей и стимулирует развитие как сервиса, так и производства. Не случайно большинство стран всеми силами борется за сохранение и приумножение среднего класса, заинтересованного в поступательном развитии и поддержании высоких стандартов потребления.

Рассмотрим, какие именно причины вызывают неудовлетворенность сферой обслуживания:

- высокие цены – 41,9%;
- низкое качество выполняемых услуг – 29,0%;
- неудобный режим работы – 13,6%;
- длительные сроки выполнения заказов – 12,3%;
- расположены далеко от места проживания – 10,9%;
- не оказываются те услуги, которые хотелось бы получить – 5,2%.

Рост цен в нашей стране не обходит стороной и стоимость услуг. Например, ремонт обуви к новому сезону для всей семьи обходится в очень ощутимую для ее бюджета сумму, немало уходит на парикмахерские услуги и другие важные потребности. Однако остальные причины нередко

не связаны с какими-либо объективными обстоятельствами. За неудовлетворительным качеством, неудобным режимом работы, затянутыми сроками и т.д. стоит отсутствие должного внимания к клиенту, так называемые «пережитки советской торговли», которой в условиях тотального дефицита не было никакой необходимости бороться за потребителя. Даже частники скорее пойдут на так называемый «ценовой сговор», чем будут привлекать всеми возможными способами потенциальных клиентов. Также медленно идет внедрение новых организационных форм оказания услуг.

Стоит отдельно изучить ситуацию в разных типах населенных пунктов (табл. 5).

Таблица 5

**Распределение ответов на вопрос о причинах неудовлетворенности организацией обслуживания в зависимости от типа населенного пункта, %**

| Варианты ответов                                       | Общее распределение | Крупный город | Райцентр | Агрогородок | Село |
|--------------------------------------------------------|---------------------|---------------|----------|-------------|------|
| Высокие цены                                           | 41,9                | 46,9          | 38,3     | 31,9        | 41,5 |
| Низкое качество выполняемых услуг                      | 29,0                | 31,8          | 31,9     | 17,7        | 26,4 |
| Неудобный режим работы                                 | 0,2                 | 16,1          | 12,2     | 9,9         | 7,5  |
| Длительные сроки выполнения заказов                    | 12,3                | 15,4          | 11,2     | 7,1         | 5,7  |
| Расположены далеко от места проживания                 | 10,9                | 13,5          | 3,2      | 7,8         | 26,4 |
| Не оказываются те услуги, которые хотелось бы получить | 5,2                 | 3,3           | 6,4      | 7,8         | 9,4  |

Независимо от типа населенного пункта высокие цены являются «проблемой № 1» для всех. Особенно напряженная ситуация в крупных городах Могилеве и Бобруйске, а также в деревнях. Повсеместно на втором месте оказались нарекания на низкое качество выполняемых услуг, но благополучнее в этой связи обстановка в агрогородках. Возможно, новая форма организации жизнедеятельности, хозяйственного уклада, типов жилищных построек и т.д. заставляет «подтягиваться» до более высокого уровня и другие сферы, в том числе и качество оказываемых услуг.

Неудобный режим работы также в наибольшей степени характерен для организаций, оказывающих услуги в крупных городах. Как правило, в городах рабочий день заканчивается в 17.00–18.00. Сюда добавим время, затрачиваемое на дорогу, особенно в час пик. Потенциальный клиент может не успеть посетить ту или иную организацию в рабочее время. Длительные сроки выполнения заказов также чаще встречаются в крупных городах. Возможно, субъекты хозяйствования не имеют или не видят необходимости придерживаться определенных стандартов оказания услуг, в том числе и четких сроков. Недостаточная конкуренция не стимулирует борьбу за клиента. Удаленность от места проживания актуальна в большей степени для жителей деревень и для крупных городов. Ассортимент оказываемых услуг в основном устраивает потребителей, хотя в деревне почти каждый десятый испытывает в данной ситуации затруднения.

Услуг в настоящее время оказывается огромное количество и, как выяснилось, они в разной степени удовлетворяют потребителей. Имеются в определенном смысле слова «горячие точки» в этой сфере:

- |                             |          |
|-----------------------------|----------|
| – медицинские               | – 42,4%; |
| – бытовые                   | – 19,9%; |
| – услуги банков             | – 11,3%; |
| – юридические               | – 8,3%;  |
| – спортивно-оздоровительные | – 6,0%.  |

Также население указало ЖКХ, образование, туризм, социально-культурную сферу, транспорт. Медицина пока лидирует по претензиям повсеместно. Сложности с лечением испытывают в райцентрах – 45,7%, крупных городах – 44,1%, деревнях – 43,4%, агрогородках – 32,6%. Горожане испытывают серьезные неудобства из-за очередей в поликлиниках, нехватки мест в больницах. Сельчане и жители городских поселков не всегда могут получить помощь квалифицированного специалиста, вынуждены выезжать в райцентр или областной центр ради получения консультации или лечения. С бытовыми услугами сложности возникают в первую очередь в деревнях – 30,2%, агрогородках – 20,6%, крупных городах – 19,9%, райцентрах – 16,5%. Услуги банков сложно получить по объективным обстоятельствам – трудно получить льготный кредит, высокие проценты на обычные кредиты и т.д.

Таким образом, население испытывает определенные сложности с получением многих услуг в разных частях Могилевской области. Обращает внимание наличие организационных недоработок, создающих трудности клиентам. Перенести график работы на 1–2 часа позже, ускорить выполнение заказов, контролировать качество возможно без особых усилий или финансовых вложений. На наш взгляд, имеется необходимость разработки новых или пересмотра старых стандартов оказания услуг.

Работа учреждений жилищно-коммунального хозяйства тесно привязана к размеру населенного пункта, на всех уровнях вертикали власти достаточно часто обсуждаются проблемы этой сферы. Как правило, это основная тема на «горячих линиях», встречах с депутатом и т.д. Расходы на ЖКХ велики как со стороны граждан, так и со стороны государства, частично их дотирующего. Рассмотрим, как изменилась работа в этом направлении в разных типах населенных пунктов за последние три года (рис. 80).

По вполне объективным причинам наибольшее число затруднившихся ответить среди проживающих в сельской местности. Хотя и здесь люди сталкиваются с вывозом мусора, снабжением газом, водой и т.д. Ухудшения отмечают немногие, а примерно каждый четвертый житель села или агрогородка заметил улучшение. Хуже ситуация в Могилеве и Бобруйске, где 17,1% отмечают возрастание количества недостатков, хотя 19,2% утверждают, что работа ЖКХ, наоборот, улучшилась.

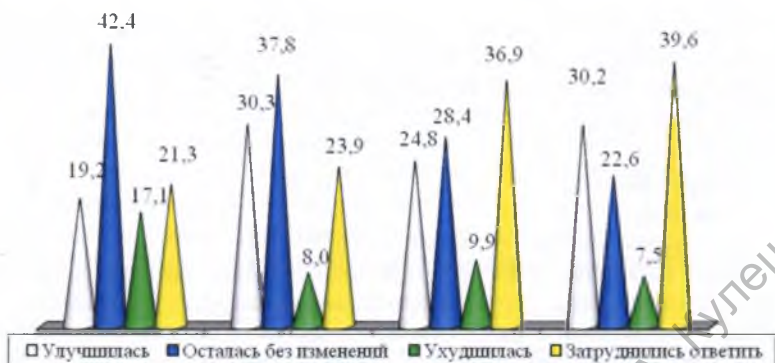


Рис. 80. Распределение ответов на вопрос об изменениях работы ЖКХ в зависимости от типа населенного пункта, %

Практически ежедневно каждый человек имеет дело с предприятиями торговли. Если не принимать во внимание состояние цен на товары, что действительно мало зависит от магазинов, современный покупатель обращает внимание и на другие аспекты их работы: культуру обслуживания, достаточный ассортимент, доступность торговой точки, удобство и т.д.

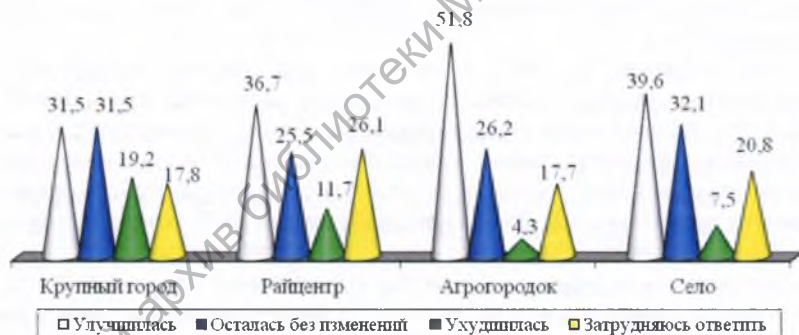


Рис. 81. Распределение ответов на вопрос об изменениях работы предприятий торговли в зависимости от типа населенного пункта, %

На наш взгляд, важное значение имеет состояние торгового обслуживания в сельской местности, так как, например, в зимнее время, в отдаленной деревне отсутствие продуктов питания, предметов первой необходимости ставит под угрозу нормальную жизнедеятельность человека. Как видно на рисунке, для большинства сельчан эта проблема решена, в агрогородках даже самый высокий показатель по улучшению, но 7,5% сельчан все же недовольны ситуацией. Городские жители часто не привязаны к определенной торговой точке, практически в каждом микрорайоне масса магазинов, однако эта категория респондентов более критична.

Работа системы здравоохранения также может иметь определенные территориальные особенности, обусловленные нехваткой врачей, удаленностью лечебных учреждений или их переполненностью, приводящей к очередям.

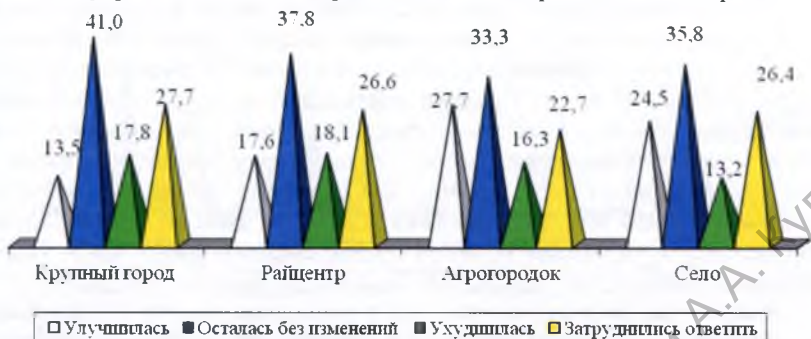


Рис. 82. Распределение ответов на вопрос об изменениях работы системы здравоохранения в зависимости от типа населенного пункта, %

На ухудшение работы данной сферы указывает повсеместно примерно одинаковое число респондентов. Но в сельской местности значительно больше людей отмечают положительные изменения, что, несомненно, является результатом целенаправленных действий власти по поддержке фельдшерско-акушерских пунктов (ФАПов), обеспечению специалистами. В крупных городах изменения ситуации в лучшую сторону видят немногие, так же обстоят дела и в райцентрах.

Где бы человек ни проживал, наряду с наличием работы он имеет право и на полноценный отдых, в том числе и на содержательное проведение досуга. И если в городах, особенно там, где есть учебные заведения и, соответственно, высокая концентрация молодежи, без учреждений культуры обойтись трудно, в небольших населенных пунктах ситуация «некуда сходить отдохнуть» приводит или к пьянству, или отъезду трудоспособного населения.

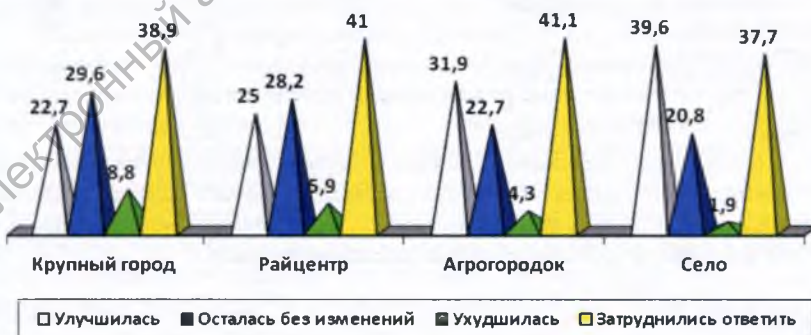


Рис. 83. Распределение ответов респондентов на вопрос об изменениях работы сферы культуры в зависимости от типа населенного пункта, в %

В крупных городах и райцентрах почти четверть жителей отмечают изменения к лучшему, то есть растет благоустройство, есть возможность разнообразно провести свободное время на мероприятиях учреждений культуры. Но очень показательно, что и значительное число сельчан указало на положительные сдвиги в организации досуга, причем не только в агрогородках, но и в обычных деревнях. Человек имеет возможность сходить в клуб, библиотеку и т.д. Развитие учреждений культуры имеет важное значение для человека в любом возрасте. Например, для молодежи – это важная составляющая социализации, общения, для среднего возраста – возможность отдохнуть с детьми, для пожилых – способ избежать одиночества, найти себе круг общения и дело по душе на пенсии. Среди молодых людей улучшения отмечает 26,4%, среднего поколения – 31,2%, старшего – 19,2%.

Статистика свидетельствует, что в последние годы в Могилевской области, как и в целом по Республике Беларусь, идет активное развитие сферы бытовых услуг. Появляется все больше предприятий бытового обслуживания, расширяется ассортимент предлагаемых услуг, постепенно формируются слои реальных собственников, способных умело и энергично хозяйствовать, обеспечивать высокий уровень обслуживания населения. Салоны красоты, химчистки и прачечные, мастерские по ремонту обуви и одежды, салоны по ремонту и обслуживанию автотранспортных средств и многие другие направления бытовых услуг открываются повсеместно. Но при этом можно отметить существенное отставание по объемам в сравнении с другими областями.

Таблица 6

**Объем платных услуг населению по областям и г. Минску (в млн. руб.)<sup>1</sup>**

| Области<br>и г. Минск   | Платные услуги - всего |              | в том числе бытовые |             |
|-------------------------|------------------------|--------------|---------------------|-------------|
|                         | 2016 г.                | 2017 г.      | 2016 г.             | 2017 г.     |
| Всего в РБ              | 9287,1                 | 10125,8      | 923,6               | 964,3       |
| <b>Могилевская обл.</b> | <b>667,4</b>           | <b>717,3</b> | <b>68,2</b>         | <b>75,9</b> |
| Брестская обл.          | 935,8                  | 950,9        | 109,0               | 107,3       |
| Витебская обл.          | 802,0                  | 867,2        | 90,2                | 98,1        |
| Гомельская обл.         | 947,1                  | 986,1        | 96,6                | 91,7        |
| Гродненская обл.        | 694,8                  | 743,7        | 80,4                | 81,2        |
| Минская обл.            | 637,6                  | 696,6        | 136,5               | 145,2       |
| г. Минск                | 4602,4                 | 5164,0       | 342,7               | 346,9       |

Несомненно, отставание связано в первую очередь с численностью населения, проживающего в областях и пользующегося услугами. Однако с помощью результатов социологического исследования можно выявить и другие факторы, влияющие на объем оказываемых услуг.

<sup>1</sup> Объем платных услуг населению по областям и г. Минску / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/sobesledovaniya/obshchestvennoe\\_mnenie/dannye\\_8/obschii-obem-platnyh-uslug-naseleniyu-po-oblastyam-i-g-minsku/](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/sobesledovaniya/obshchestvennoe_mnenie/dannye_8/obschii-obem-platnyh-uslug-naseleniyu-po-oblastyam-i-g-minsku/).

Бытовым услугам в последние годы уделяется особое внимание, их развитие видят в числе приоритетных в укреплении инфраструктуры больших и малых населенных пунктов (рис. 84).

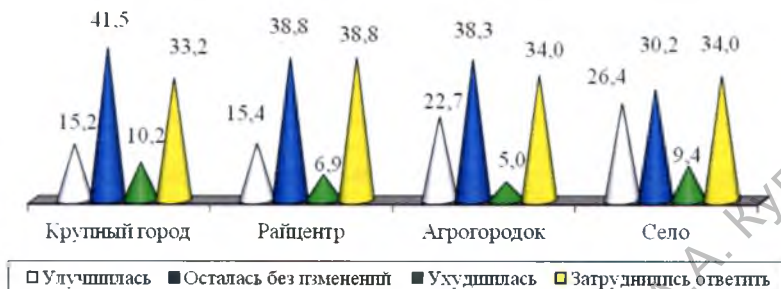


Рис. 84. Распределение ответов на вопрос об изменениях работы бытового обслуживания в зависимости от типа населенного пункта, %

Городские жители, как в Могилеве и в Бобруйске, так и в райцентрах существенных изменений ни в лучшую, ни в худшую стороны не отмечают, хотя положительных тенденций все же больше. Бытовое обслуживание хорошо налажено в городах, так как имеется постоянный спрос и предложение, не требуется существенных материальных и организационных усилий для его функционирования. Сельская местность в этом плане находится в более сложном положении. Иногда такие услуги развивать просто некому, они затратные для бизнеса, связаны с серьезными транспортными и другими расходами. Население в деревнях менее платежеспособно и порой проживает небольшими группками на обширных территориях. С учетом этих обстоятельств можно констатировать заметное повышение удовлетворенности сельчан развитием системы бытового обслуживания, причем самый высокий показатель в обычных деревнях. Неизбалованный сельский житель отмечает удобство и доступность разных видов ремонта, парикмахерских услуг и т.д. Хотя и ухудшение видит почти каждый десятый.

Вместе с тем в сфере развития бытового обслуживания существует ряд вопросов, требующих разрешения. Высокая стоимость, низкое качество материалов, неаккуратное исполнение заказов, недостаточная вежливость персонала и другие проблемы все еще омрачают хорошее настроение наших соотечественников. Одной из наиболее актуальных проблем отрасли остается доступность услуг сельскому населению. Это связано с тем, что сеть объектов сферы бытовых услуг развита неравномерно. Стабильно развивается рынок бытового обслуживания в основном только в крупных городах и районных центрах. О существовании ряда трудностей в данном секторе экономики говорят и результаты проведенного социологического исследования. Так, отвечая на вопрос: «Устраивает ли Вас сложившаяся в Вашем населенном пункте система бытового обслуживания населения?», – основная масса опрошенных респондентов выразила частичное (64,8%)

либо полное (9,5%) недовольство услугами, оказываемыми местными службами быта. Только пятая часть (20,9%) участников опроса положительно оценивает уровень развития данной сферы.

В гендерном аспекте существенных различий практически не наблюдается – как мужчины, так и женщины ставили примерно одинаковые оценки по каждой позиции. Что касается распределения ответов респондентов в зависимости от возраста, то здесь наибольшей критичностью отличаются ответы молодого поколения. Так, если у каждого третьего респондента (32,9%) в возрасте 50 лет и старше претензий к работе учреждений быта не наблюдается, то у молодежи этот показатель ниже в три раза и составил 11,1% (табл. 7).

Таблица 7

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Устраивает ли Вас сложившаяся в Вашем населенном пункте система бытового обслуживания населения?» – в зависимости от пола и возраста, %**

| Варианты ответов     | Общее распределение | Мужчины | Женщины | Население в возрасте до 29 лет | Население в возрасте от 30 до 49 лет | Население в возрасте от 50 лет и старше |
|----------------------|---------------------|---------|---------|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| Да, полностью        | 20,9                | 21,1    | 20,8    | 11,1                           | 18,5                                 | 32,9                                    |
| Не совсем устраивает | 64,8                | 63,8    | 65,6    | 77,0                           | 68,5                                 | 49,0                                    |
| Не устраивает        | 9,5                 | 8,7     | 10,0    | 8,1                            | 10,5                                 | 9,4                                     |
| Затрудняюсь ответить | 4,7                 | 6,5     | 3,3     | 3,8                            | 2,5                                  | 8,2                                     |

Рассмотрим причины недовольства населения уровнем бытового обслуживания. По результатам проведенного исследования, основную массу респондентов более всего не устраивают высокие цены (32,0%), малый ассортимент (30,3%), а также низкое качество выполняемых услуг (21,3%). В целом список основных претензий участников опроса к предприятиям службы быта выстроился в следующей последовательности:

- высокая стоимость выполняемых услуг – 32,0%;
- не всегда можно заказать то, что хочешь – 30,3%;
- работы, услуги часто выполняются небрежно, неаккуратно – 21,3%;
- неточное исполнение заказа – 13,4%;
- низкое качество предлагаемых материалов, парфюмерии, фурнитуры и др. – 12,4%;
- исполнители не всегда учитывают современные тенденции – 10,9%;
- не выдерживается заявленный ассортимент услуг – 10,1%.

Таким образом, одной из главных причин, снижающих потребление бытовых услуг, являются высокие цены. Эта проблема особенно волнует население с низким уровнем заработной платы.

Немаловажным фактором, негативно сказывающимся на оценке уровня удовлетворенности граждан работой предприятий, оказывающих бытовые услуги, является низкая культура обслуживания. Оказалось, что каждого второго респондента частично (45,3%) либо полностью (9,2%) не

устраивает качество сервиса. При этом молодежь опять-таки проявила наибольший критицизм по данному поводу, поставив неудовлетворительные оценки значительно чаще, нежели старшее поколение (рис. 85).

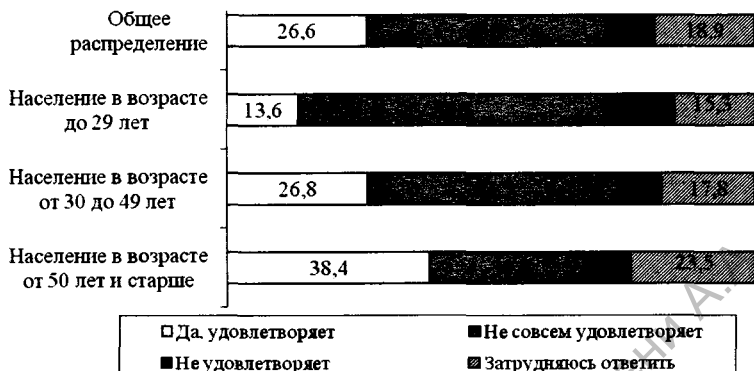


Рис. 85. Распределение ответов участников исследования на вопрос: «Удовлетворяет ли Вас культура обслуживания на предприятиях службы быта?» – в зависимости от возраста респондентов, %

Сельчане и в этом вопросе оказались более лояльными, чем городские жители. Так, если в городах Могилеве и Бобруйске респондентов, полностью удовлетворенных культурой обслуживания, оказалось 16,5 и 18,0% соответственно, то в сельских населенных пунктах – в два раза больше. Это еще раз подтверждает тот факт, что хотя уровень развития бытовых услуг в крупных городах значительно выше, но и спрос с предприятий по их оказанию более высокий, нежели в районных центрах нашей области.

Что касается причин, по которым респонденты не удовлетворены культурой обслуживания на предприятиях службы быта, то ими являются:

- недостаточная внимательность, вежливость обслуживающего персонала – 29,0%;
- мало информации об оказываемых услугах – 24,0%;
- нередко пытаются навязать не совсем качественное изделие (услугу) – 17,8%;
- в салоне, приемном пункте не очень комфортно – 13,1%;
- затрудняюсь ответить – 11,8%.

Если проанализировать структуру бытовых услуг, то наиболее распространенными, по мнению респондентов, предприятиями службы быта являются парикмахерские – так считает 77,2% участников исследования. Практически каждый второй опрошенный (47,3%) отмечает наличие бюро ритуальных услуг, 45,6% – комбинатов бытового обслуживания, 44,7% – фотоателье, 42,3% – бань. Распределение ответов населения на вопрос о том, какие предприятия службы быта функционируют по их месту жительства, представлены на рисунке 86.



Рис. 86. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие предприятия бытового обслуживания населения функционируют в Вашем населенном пункте (районе города)?», %

Таким образом, в Могилевской области работает сеть предприятий, главной задачей которых является быстрое и качественное оказание услуг по бытовому обслуживанию населения. Несмотря на такое их многообразие, сложности с получением бытовых услуг у населения региона, по их собственным ответам, все же возникают. Какие именно эти трудности – этот вопрос мы не могли не задать участникам исследования. Оказалось, что наибольшие проблемы у респондентов возникают по ремонту теле-, радиоаппаратуры, средств связи, компьютеров (27,9%), ремонту обуви (25,0%), а также бытовой техники (21,8%). Эти трудности являются первоочередными как для мужчин, так и для женщин. Вместе с тем существуют и некоторые различия. Так, если каждая пятая женщина испытывает сложности с получением услуг прачечных, химчисток (20,3%), а также по изготовлению и ремонту швейных и трикотажных изделий (19,2%), то у мужчин данный показатель ниже и составляет 14,9% и 11,2% соответственно. У мужчин значительно большую тревогу вызывает необходимость обращаться на предприятия по ремонту транспортных средств.

В развитии системы бытового обслуживания области, как в целом и республики, не последняя роль принадлежит бизнесу. В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 24 июля 2017 г. № 371 «О создании государственного информационного ресурса "Реестр бытовых услуг Республики Беларусь"» для осуществления деятельности по оказанию бытовых услуг все субъекты предпринимательской деятельности обязаны зарегистрироваться в государственном информационном ресурсе «Реестр бытовых

услуг Республики Беларусь»<sup>2</sup>. Индивидуальные предприниматели все активнее конкурируют с государственными структурами, часто даже превосходя их по основным позициям. Лишь пятая часть (18,4%) участников исследования считает, что более качественно бытовые услуги оказываются предприятиями, относящимися к государственной форме собственности, а 40,8% респондентов в данном вопросе предпочитают частные фирмы (рис. 87).

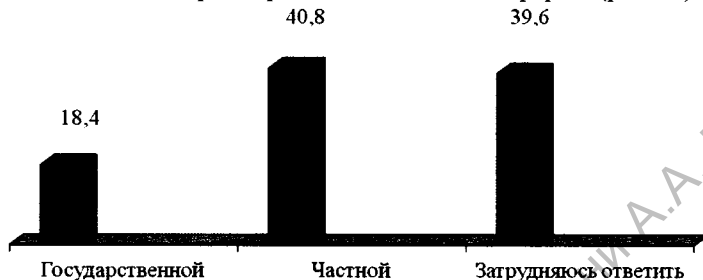


Рис. 87. Распределение ответов на вопрос:

«Предприятия какой формы собственности, на Ваш взгляд, оказывают бытовые услуги более качественно?», %

Таким образом, частный бизнес в сфере оказания бытовых услуг занял достойное место. Это и понятно, так как субъекты малого предпринимательства могут очень быстро и чутко реагировать на меняющиеся запросы и оперативно перестраивать свое производство. Кроме того, малые предприятия через контактирование со своими заказчиками и потребителями имеют возможность без дорогостоящих затрат на маркетинговые исследования иметь информацию о последних изменениях и тенденциях потребительского спроса. Более качественное выполнение бытовых услуг предприятиями службы быта негосударственной формы собственности отмечают как мужчины, так и женщины. Лишь старшее поколение оценило уровень качества бытового обслуживания частных фирм несколько ниже, чем государственных (табл. 8).

Таблица 8

#### Распределение ответов респондентов на вопрос:

«Предприятия какой формы собственности, на Ваш взгляд, оказывают бытовые услуги более качественно?» – в зависимости от пола, возраста и уровня дохода, %

| Варианты ответов     | Мужчины | Женщины | Население в возрасте до 29 лет | Население в возрасте от 30 до 49 лет | Население в возрасте от 50 лет и старше |
|----------------------|---------|---------|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| Государственной      | 15,4    | 20,8    | 11,1                           | 16,9                                 | 27,1                                    |
| Частной              | 45,5    | 37,1    | 59,6                           | 39,5                                 | 25,1                                    |
| Затрудняюсь ответить | 37,4    | 41,3    | 28,5                           | 41,7                                 | 47,1                                    |

<sup>2</sup> Указ Президента Республики Беларусь от 24 июля 2017 г. № 371 «О создании государственного информационного ресурса "Реестр бытовых услуг Республики Беларусь"» // [http://etalonline.by/?type=text&regnum=P31400371#load\\_text\\_none\\_1\\_](http://etalonline.by/?type=text&regnum=P31400371#load_text_none_1_).

Бытовые услуги могут оказываться не только специализированными структурами, но и самими предприятиями для своих работников. К их числу можно отнести введение системы приема заказов на изготовление мебели, парикмахерские, косметологические услуги, ремонт обуви, изготовление швейных изделий и др. Создание таких условий избавляет работников от необходимости самостоятельно решать потребности в бытовом обслуживании, что позволяет не только улучшить производительность труда, но и дополнительно высвободить время трудящихся. Вместе с тем в ходе опроса выяснилось, что на предприятиях области это не получило широкого распространения. Только каждый пятый респондент (21,8%) ответил, что в организации, где он работает, оказываются бытовые услуги. Подавляющее большинство участников исследования (43,3%) ответило отрицательно, 21,4% опрошенных об этом ничего не слышали.

Что касается вопроса о целесообразности развития бытовых услуг для работников на предприятиях, то только один из десяти (9,1%) опрошенных не приветствует необходимость такого новшества. Остальные участники исследования поддержали бы такую меру (рис. 88).

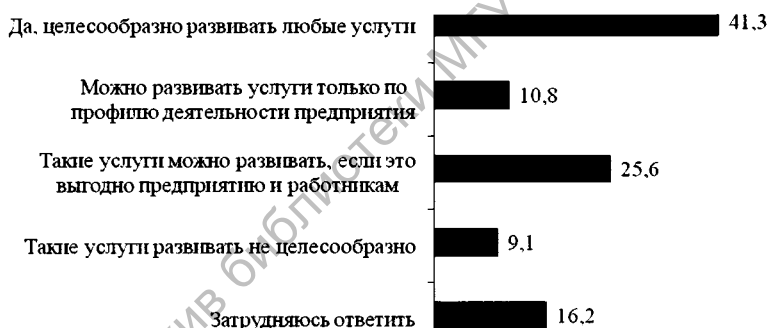


Рис. 88. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Целесообразно ли, на Ваш взгляд, развивать бытовые услуги для своих работников на предприятиях, в организациях?», %

Какие же услуги необходимо развивать для более полного удовлетворения потребностей населения в бытовом обслуживании? Ответы респондентов распределились в следующей последовательности:

- ремонт квартир – 29,7%;
- ремонт зонтов, замков и других металлоизделий – 24,0%;
- изготовление ключей – 21,6%;
- изготовление и ремонт мебели – 21,5%;
- изготовление и установка заборов, скамеек, беседок и других изделий – 20,1%;
- доставка грузов, транспортные услуги – 20,0%;
- ремонт сумок, портфелей и других изделий из кожи – 17,2%;

|                                                            |          |
|------------------------------------------------------------|----------|
| – резка и вставка стекол                                   | – 17,2%; |
| – заточка ножиц, ножей, пил и другого режущего инструмента | – 16,4%; |
| – вспашка земельных участков                               | – 15,3%; |
| – прокат строительного оборудования и сельхозинвентаря     | – 13,8%; |
| – электромонтажные и сварочные работы                      | – 12,7%; |
| – колка дров                                               | – 10,4%; |
| – ремонт велосипедов и мопедов                             | – 8,8%.  |

Таким образом, бытовые услуги являются достаточно востребованными. Потребители, принявшие участие в опросе, предлагают востребованные направления их дальнейшего развития.

Государство является субъектом социальной политики, которая представляет собой деятельность, направленную на управление социальным развитием общества, обеспечение удовлетворения материальных и духовных потребностей его членов и регулирование процессов социальной дифференциации общества. Таким образом, государство берет на себя прямую ответственность и обязательства удовлетворения социальных потребностей граждан. Важнейшими из них являются поддержка человека в старости, болезни, в случае потери источников существования (работы, кормильца и т.д.), гарантированное медицинское обслуживание, среднее образование и многие другие. Однако очень серьезным фактором, обуславливающим рост общественных социальных расходов, является особая демографическая ситуация в большинстве экономически развитых стран (в том числе в Республике Беларусь), вызванная массовым старением населения и урбанизацией. Поэтому государство вынуждено от распределительного принципа в поддержке своих граждан переходить к адресной помощи нуждающимся в ней. Это касается и некоторых услуг, традиционно считавшихся бесплатными. Развитие сектора платных услуг породили целый комплекс проблем, связанных с вопросами качества, условий предоставления, ценообразования, юридической обоснованностью. Не всегда проводится четкое разграничение рабочего времени, помещений и специалистов, выделяемых для оказания бесплатных и платных услуг.

Многие виды услуг населению всегда оказывались платно, например бытовые, или оплачивались частично – услуги ЖКХ. В условиях многоукладной экономики рыночные отношения быстро распространились в разных направлениях развития сервиса: общественное питание, торговля, транспорт, бытовое обслуживание и др., во многих из них государства как собственника уже почти не осталось. Сам потребитель порой уже не придает значения форме собственности, а исходит из качества и цены. Это подтверждают и ответы участников опроса. При обращении за какой-либо услугой отдают предпочтение государственным организациям 29,1%, частным – 31,5%, не имеет значения – 36,8%. Но есть отличия среди разных категорий респондентов (рис. 89).

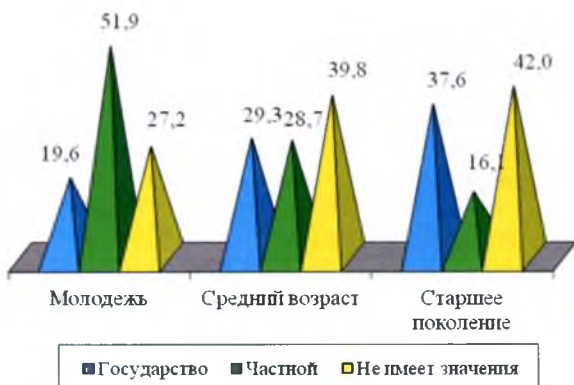


Рис. 89. Распределение ответов на вопрос: «Предприятию, какой формы собственности Вы отдадите предпочтение при заказе услуг?» – в зависимости от возраста, %

Возраст потребителя вносит существенные коррективы в предпочтение по исполнителю услуг. Молодежь в меньшей степени доверяет государству, а люди пожилого возраста – частнику, средневозрастная группа во всем придерживается середины, то есть или не придает значения, или в равной степени пойдет и к тем, и к другим. Несомненно, мы здесь имеем дело с определенным образом, сложившимся стилем поведения потребителя, на который оказало влияние историческое развитие сферы услуг в нашей стране, сложившиеся стереотипы, видение перспектив и т.д. Если продолжать рассматривать социально-демографические характеристики, то государственным организациям в большей степени доверяют женщины (31,0% – государству; 27,0% – частнику; 40,0% – не имеет значения), а частным формам собственности – мужчины (26,7% – государству; 37,1% – частнику; 32,9% – не имеет значения).

Население также неодинаково относится к формам собственности в разных типах населенных пунктов (табл. 9).

Таблица 9

**Распределение ответов на вопрос: «Предприятию какой формы собственности Вы отдадите предпочтение при заказе услуг?» – в зависимости от типа населенного пункта, %**

| Варианты ответов  | Крупный город | Райцентр | Агрогородок | Село |
|-------------------|---------------|----------|-------------|------|
| Государственной   | 25,4          | 33,5     | 31,9        | 35,8 |
| Частной           | 38,2          | 26,6     | 24,1        | 15,1 |
| Не имеет значения | 34,8          | 38,3     | 37,6        | 45,3 |

В крупных городах (Могилев, Бобруйск) наибольшее число тех, кто обратится именно к частнику, но с уменьшением размера населенного пункта таких становится меньше. Однако везде большое число людей не придает этому какого-либо значения.

Резюмируя изложение этого аспекта проблемы, важно еще раз обратить внимание на большое разнообразие оказываемых услуг населению и разную степень распространенности в них рыночных отношений. Например, за последние шесть месяцев 67,7% респондентов обращались за медицинскими услугами, из них 89,0% обращались только в государственное медицинское учреждение, 6,2% – только в частное и 4,8% обращались и в частные, и в государственные медицинские учреждения. В строительных услугах это соотношение было 61,0, 35,4 и 3,6% соответственно; в юридических услугах – 67,0, 28,0 и 5,0%. Поэтому население не всегда придает этому значение, ему важно оптимально удовлетворить свои потребности. Тем более что платные услуги оказывает не только частник, но и государство.

Если платные услуги со стороны частных форм предприятий воспринимаются как должное, то предоставление их государственными организациями вызывают нередко недоумение и возмущение населения. Особенно, когда платная услуга не является дополнительной, а просто дублирует бесплатную. Респондентам был задан вопрос: «Знакомы ли Вы со случаями дублирования платной услуги при ее существовании в бесплатной форме? Если да, то в какой сфере?». Уверенно ответили, что с таким явлением не сталкивались 47,5%; 14,9% затруднились дать ответ на этот вопрос, с остальными 37,6% такое случалось. Рассмотрим, в каких сферах это происходило:

|                                                     |          |
|-----------------------------------------------------|----------|
| – в поликлиниках                                    | – 66,9%; |
| – в больницах                                       | – 39,4%; |
| – в системе школьного образования                   | – 21,8%; |
| – в системе высшего образования                     | – 20,1%; |
| – в системе дошкольного образования                 | – 12,6%; |
| – в милиции                                         | – 5,6%;  |
| – в социальной службе помощи инвалидам, пенсионерам | – 4,6%;  |
| – в МЧС                                             | – 2,6%.  |

В перечисленных социальных службах, объектах и т.д. услуги населению традиционно оказывались за счет государства. Нередко клиенту предлагают платить лишь за приоритетный доступ и более комфортные условия осуществления той услуги, которая ему и так бесплатно положена по закону. Более того, у населения нередко складывается впечатление, что ему умышленно создают условия, вынуждающие вносить оплату. Наиболее сложно ситуация сложилась вокруг медицины, где население с самого начала всегда было против любых попыток привлечения платных услуг в стены государственных учреждений. Заболеть может каждый и, независимо от материального достатка, рассчитывать на полную и квалифицированную помощь. Важной задачей здесь видится изменение финансовой системы здравоохранения, когда можно четко обозначить предел государственных гарантий по оказанию медицинской помощи, а также разумный и определенный размер софинансирования гражданами своего лечения с поправками на финансовые возможности различных социальных слоев.

Немало нареканий на дублирование платными услугами бесплатных мы видим и в сфере образования, но уже в меньшей степени. Несомненно, важное значение имеет осведомленность населения о необходимости именно платной услуги, условиях ее предоставления, ценами и т.д. Информация об этом не всегда оказывается доступной (рис. 90).



Рис. 90. Распределение ответов на вопрос о наличии возможности ознакомления потребителей с условиями, сроками и преискурантом цен на оказание платных услуг, %

Менее трети респондентов затруднились ответить на вопрос, так как, возможно, давно не пользовались услугами или не обращали внимание на изучаемые условия и обстоятельства. Как мы видим на рисунке, самой доступной является информация о цене. Выяснить сроки и особенности требуемых услуг уже сложнее. Здесь можно говорить как о невысокой культуре обслуживания, так и о недостаточном знании своих прав потребителем. Это наиболее четко появляется в сельских населенных пунктах (табл. 10).

Таблица 10

**Распределение ответов на вопрос о наличии возможности ознакомиться с ценой на услугу в зависимости от размера населенного пункта, %**

| Варианты ответов           | Крупный город | Райцентр | Аггородок | Село |
|----------------------------|---------------|----------|-----------|------|
| Имелась возможность всегда | 47,2          | 41,0     | 38,3      | 34,0 |
| Имелась возможность иногда | 23,9          | 15,4     | 19,1      | 24,5 |
| Такой возможности не было  | 11,4          | 17,0     | 14,2      | 11,3 |
| Затруднились ответить      | 16,4          | 25,5     | 27,0      | 30,2 |

Наиболее благополучно складывается ситуация в крупных городах. В сельской местности, скорее всего, платят столько, сколько скажут при расчете, хотя уверенно говорят, что возможности ознакомиться с преискурантом цен не было среди сельчан столько же, сколько и среди жителей крупных городов. В райцентрах наибольшее число тех, кто не имеет возможности узнать цену вообще. Конечно же, можно сослаться на невнимательность клиентов, однако 17% – это достаточно существенное число, и проблема, скорее всего, существует.

Отдельным вопросом мы уточнили, из каких источников население чаще всего узнает информацию о стоимости платных услуг:

- от сотрудника организации – 48,9%;
- из средств массовой информации, Интернета – 39,9%;
- на стенде, информационной доске – 23,8%;
- от знакомых – 1,2%;
- из Интернета – 0,7%.

Как мы видим, большинство выясняет все на месте у поставщика услуг. Второе место занимают СМИ. Для них характерны доступность, реклама, обновляемость информации и другие свойства, которые очень удобны для современного потребителя. Только почти каждый четвертый знакомится с ценами на стенде, информационной доске. Они или отсутствуют, или малозаметны, малопонятны клиентам. Возможно, просто не сформировалась привычка предварительно ознакомиться с имеющимся прейскурантом цен.

Условия предоставления услуги также по-разному доводятся для населения в городах и селах (табл. 11).

Таблица 11

**Распределение ответов на вопрос о наличии возможности ознакомиться с условиями предоставления услуг в зависимости от типа населенного пункта, %**

| Варианты ответов           | Крупный город | Райцентр | Аггородок | Село |
|----------------------------|---------------|----------|-----------|------|
| Имелась возможность всегда | 35,5          | 30,3     | 31,9      | 20,8 |
| Имелась возможность иногда | 24,4          | 20,7     | 20,6      | 9,4  |
| Такой возможности не было  | 10,9          | 14,9     | 11,3      | 13,2 |
| Загруднились ответить      | 28,0          | 33,0     | 34,8      | 56,6 |

Условия предоставления услуг – это информирование клиента о том, насколько качественно и долговечно будет что-либо выполнено, с использованием каких материалов, возможных вариантах и др. То есть человек понимает, за что он платит, стоит ли получать услугу именно здесь. В этом аспекте более щепетильными снова оказались горожане, а среди сельчан более половины затруднились ответить, скорее всего, отсутствие альтернативы заставляет соглашаться на любые условия. Аналогично складывается ситуация и со сроками выполнения платных услуг (табл. 12).

Таблица 12

**Распределение ответов на вопрос о наличии возможности ознакомиться со сроками выполнения услуги в зависимости от типа населенного пункта, %**

| Варианты ответов           | Крупный город | Райцентр | Аггородок | Село |
|----------------------------|---------------|----------|-----------|------|
| Имелась возможность всегда | 38,4          | 30,9     | 32,6      | 22,6 |
| Имелась возможность иногда | 22,0          | 15,4     | 24,1      | 9,4  |
| Такой возможности не было  | 10,0          | 18,6     | 9,2       | 13,2 |
| Загруднились ответить      | 28,4          | 34,0     | 32,6      | 54,7 |

Сроки выполнения заказа сложнее всего выяснить жителям райцентров, в сельской местности это также «как получится»; хотя в агрогородках все более предсказуемо и культура обслуживания в соблюдении сроков приближена к городской. Таким образом, можно в целом оценить ситуацию с платными услугами как удовлетворительную, но культура обслуживания клиентов и, в первую очередь, всесторонняя информация об услугах должна заслуживать большего внимания как со стороны частных, так и государственных организаций.

То, что платные услуги имеют право на существование и даже должны расширяться, но в разумных пределах, осознает значительная часть населения. Бюджет государства достаточно ограничен, и многие согласны доплатить, но при определенных дополнительных условиях. Отвечая на вопрос: «В каком случае Вы согласились бы на платную услугу, если имеется возможность получить ее бесплатно?» – категорически ни при каких обстоятельствах не согласились на такое 17,7%; еще 6,6% затруднились ответить. Остальные приводили следующие обстоятельства:

- при улучшенном качестве – 51,9%;
- при кратчайших сроках ее выполнения – 35,3%;
- если будут учтены все пожелания – 30,4%;
- при ее получении без очереди – 22,3%;
- при внимательном обслуживании – 19,7%;
- на дому или рядом с домом – 11,6%.

Население Могилевщины против простого дублирования бесплатных услуг платными, однако готово доплатить за улучшенное качество, быстроту, учет особых обстоятельств и т.д. Каждый пятый указывает на важность для него внимательного обслуживания. Это говорит об имеющемся потенциале развития сферы услуг, наличии неудовлетворенного спроса, но с повышением уровня обслуживания по всем направлениям. Что же конкретно хотело бы получить население на условиях оплаты (табл. 13).

Таблица 13

**Распределение ответов на вопрос: «Какие платные услуги следовало бы более широко развивать в Вашей местности?» – в зависимости от типа населенного пункта, %**

| Варианты ответов                              | Общее распределение | Крупный город | Рай-центр | Агрогородок | Село |
|-----------------------------------------------|---------------------|---------------|-----------|-------------|------|
| Бытовые услуги (ремонт квартир, мебели и др.) | 35,9                | 36,7          | 34,6      | 35,5        | 35,8 |
| Медицинские услуги                            | 27,6                | 27,3          | 28,2      | 24,8        | 35,8 |
| Уход за ребенком, престарелыми, инвалидами    | 19,4                | 23,2          | 16,5      | 14,2        | 13,2 |
| Организация проведения семейных торжеств      | 12,9                | 12,8          | 8,0       | 17,7        | 18,9 |
| Услуги по дому (мойка окон, уборка и др.)     | 12,4                | 15,4          | 10,6      | 7,8         | 7,5  |

Таким образом, выделилось несколько основных групп услуг, в которых жители области нуждаются и готовы оплачивать. В первую очередь, это бытовые услуги и медицинские, причем последние особенно востребованы в деревнях. В крупных городах население хотело бы иметь больше возможностей в получении услуг нянь, сиделок, что связано с высокой занятостью на работе. Требуются услуги по организации досуга, помощники по дому, но уже в меньшей степени.

Дополнительно в аспекте расширения услуг необходимо остановиться на информировании населения. Источники сведений об оказываемых услугах для жителей Могилевской области следующие:

|                                              |          |
|----------------------------------------------|----------|
| – газеты                                     | – 62,2%; |
| – телевидение                                | – 49,8%; |
| – знакомые, соседи                           | – 39,8%; |
| – Интернет                                   | – 25,6%; |
| – радио                                      | – 22,1%; |
| – сотрудники организаций, оказывающих услуги | – 20,5%; |
| – выставки, ярмарки                          | – 5,0%.  |

Информация об услугах у населения ассоциируется с объявлениями, поэтому на лидирующую позицию вышли газеты. Почти половина респондентов находят ее в объявлениях или узнают об услугах из ближайшего окружения. Все большую роль в информировании играет Интернет, позволяющий узнать что-либо целенаправленно, точно и в любой момент, когда возникает потребность в услуге. Заметно скромнее выглядит деятельность по популяризации услуг сотрудников организаций или выставок, ярмарок, однако и это находит своего потребителя, так как не каждый имеет возможность отслеживать всю информацию регулярно.

Таким образом, масштабы востребованности и разнообразие в запросах на платные услуги со стороны жителей Могилевщины пока достаточно скромны, что объясняется невысокой платежеспособностью населения. Однако при определенных условиях (качество, сроки, культура обслуживания и т.д.) они получают свое развитие, причем не только в крупных населенных пунктах.

Круг потребностей современного человека значительно и стремительно расширяется. В ситуации, когда почти в каждой семье имеется мобильный телефон, компьютер, автомобиль, сложная бытовая техника и т.д., появляется необходимость в их обслуживании, ремонте независимо от места проживания. Выгодное географическое положение страны, природно-климатические условия стимулируют развитие транзитных, сервисных, туристических услуг. При быстром развитии сервиса экономика становится более устойчивой к кризисным ситуациям, а также появляется мощный стимул развития бизнеса и внедрения новых технологий. Однако стихийное нерегулируемое распределение сферы услуг может привести к их скоплению в городах, отсутствию достаточного ассортимента и качества. Поэтому при их внедрении необходимо учитывать требования государственного

социального стандарта, предусмотренного социальной политикой Республики Беларусь.

Исследование выявило достаточно отчетливые потребности населения в ряде услуг, среди которых медицинские, жилищно-коммунальные, бытовые. Как правило, и основные нарекания адресованы учреждениям, оказывающим эти направления обслуживания.

Проблема обеспечения качества и доступности бытовых услуг является достаточно острой. Эффективное и своевременное решение вопросов по бытовому обслуживанию населения во многом определяет количество свободного времени человека, комфортность среды его проживания. Развивается данная сфера в Могилевской области быстро, однако недостатков в работе предприятий службы быта все еще много. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о неполной удовлетворенности населения нашего региона системой бытового обслуживания, основными причинами которой являются высокая стоимость, малый ассортимент и низкое качество оказываемых услуг. Остается актуальной проблема недостаточной вежливости обслуживающего персонала. Не решен вопрос доступности бытового обслуживания сельскому населению. Таким образом, имеются серьезные проблемы организационного характера, отечественные предприниматели пока недостаточно освоили принципы конкуренции, борьбы за клиента.

Особую проблему представляет сегодня оказание платных услуг населению. Как показал социологический опрос, несмотря на ощутимые экономические трудности, потребность в них со стороны потребителей имеется, особенно в сфере медицинского обслуживания.