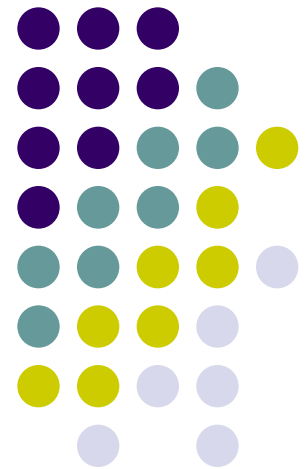


Тема 3:

**Показатели качества
продуктов труда и
услуг. Понятие
ценности продукта.**



Качество продукции или услуг



это определённый перечень показателей свойств продукции или услуги, благодаря которым они способны удовлетворить необходимые потребности потребителя при их использовании и эксплуатации, включая уничтожение и утилизацию.

Показатели надёжности –



определяют свойства продукции сохранять заданные параметры качества в процессе эксплуатации, ремонта, транспортировки.

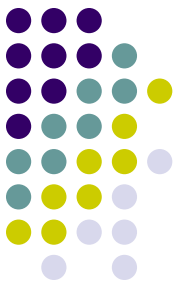
К показателям надёжности относятся:

- сохраняемость
- ремонтпригодность
- безотказность
- долговечность

Эргономические показатели.

Данная группа показателей включает:

- антропометрические;
- гигиенические;
- физиологические;
- психофизиологические.



Эстетические показатели.

Экологические показатели

Показатель безопасности

Экономические показатели

Показатели качества услуг



Количественные:

- Время ожидания и предоставления услуги
- Характеристики оборудования, инструмента, материалов
- Надёжность оказания услуги
- Точность исполнения
- Полнота оказания услуги
- Уровень автоматизации и механизации
- Безопасность

Качественные:

- Вежливость
- Доступность персонала
- Чуткость
- Компетентность
- Доверие персоналу
- Уровень проф. мастерства
- Эффективность контактов исполнителей и клиентов
- Искренность

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ для оценки и контроля качества услуг общественного питания



экспертный –
опрос и анкетирование
исполнителей в сфере
услуг общественного
питания, оценка
результатов опроса
(анкетирования);

социологический -
опрос или
интервьюирование
потребителей услуг
общественного
питания, оценка
результатов опроса
(интервьюирования).

Оценка и контроль продукции общественного питания как результата оказания услуг общественного питания



Органолептический метод

в соответствии с нормативными документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.



Инструментальный (лабораторный) метод

в соответствии с нормативными документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

Критерием качества оказания услуг является уровень услуг.



Услуги общественного питания должны отвечать следующим общим требованиям:

- социальной адресности;
- функциональной пригодности;
- безопасности;
- эргономичности;
- эстетичности;
- информативности;
- гибкости.

Требование социальной адресности услуг предусматривает:



- обеспеченность услугами общественного питания и доступность для потребителей различных категорий;
- соответствие услуг ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, метод и форму обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг,
- наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для приоритетных категорий потребителей (дети, люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Требование функциональной пригодности услуг предусматривает:



- своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия, соблюдение ассортиментного перечня реализуемых блюд, изделий и напитков, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа, обслуживания потребителей и пр.;
- обеспечение условий для выбора потребителем услуг различных видов;
- соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению, в том числе компетентность и квалификация персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной
- точность и этики поведения.

Требование эргономичности услуг характеризует



соответствие условий обслуживания и применяемых в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей.

Соблюдение требования эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания и способствует сохранению здоровья потребителей.

Требование эстетичности услуг характеризует



стилевое единство, гармоничность дизайна помещений для потребителей и условий обслуживания, в том числе внешний вид персонала, оформление меню, сервировку стола, оформление и подачу блюд и напитков и пр.

Требование информативности услуг предполагает



полное, достоверное и своевременное информирование потребителя обо всех предоставляемых услугах в зале и вне зала предприятия, обеспечивающее возможность их правильного выбора, а также информацию об изготовляемой и реализуемой продукции общественного питания согласно нормативным правовым документам, действующим на территории государства, принявшего стандарт.

Требование информативности предполагает применение разнообразных видов современной рекламы.

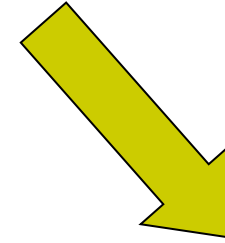
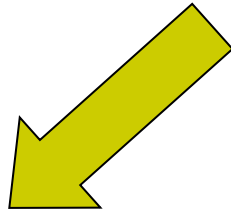
Понятие ценности продукта



Совокупность ожидаемых потребителем параметров качества необходимого продукта и их значения, удовлетворяющие запросам потребителя, и будет составлять **ценность продукта.**

При приобретении изделия потребитель основное внимание обращает на **бездефектность.**

Дефект – несоответствие какого-либо параметра качества продукта требованиям потребителя



Внутренний (скрытый) дефект – это дефект, который в силу несовершенства контроля качества производства попадает в готовую продукцию, а затем - потребителю

Внешний дефект – это дефект, который может быть выявлен в результате разовых замеров параметров качества при контроле производства и готовой продукции

Точка зрения компании

Точка зрения потребителя

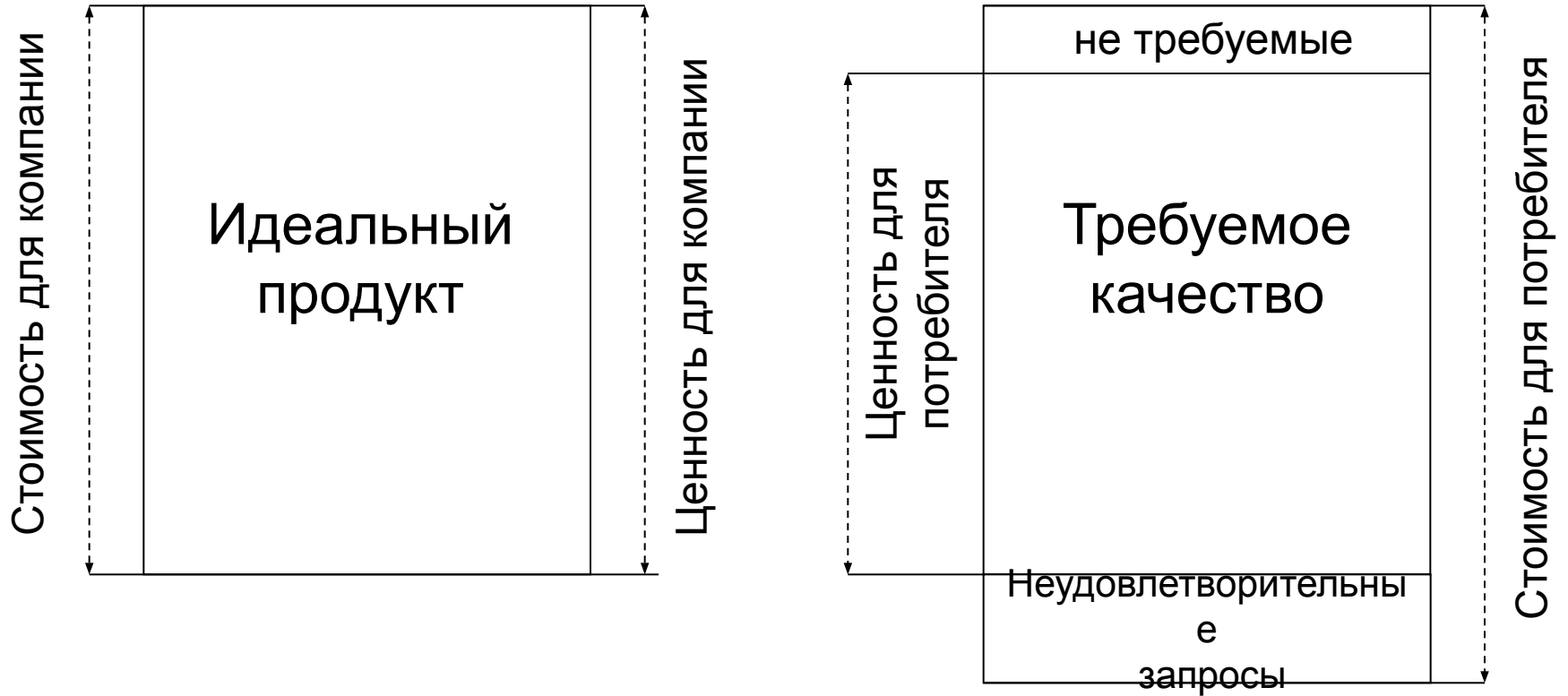
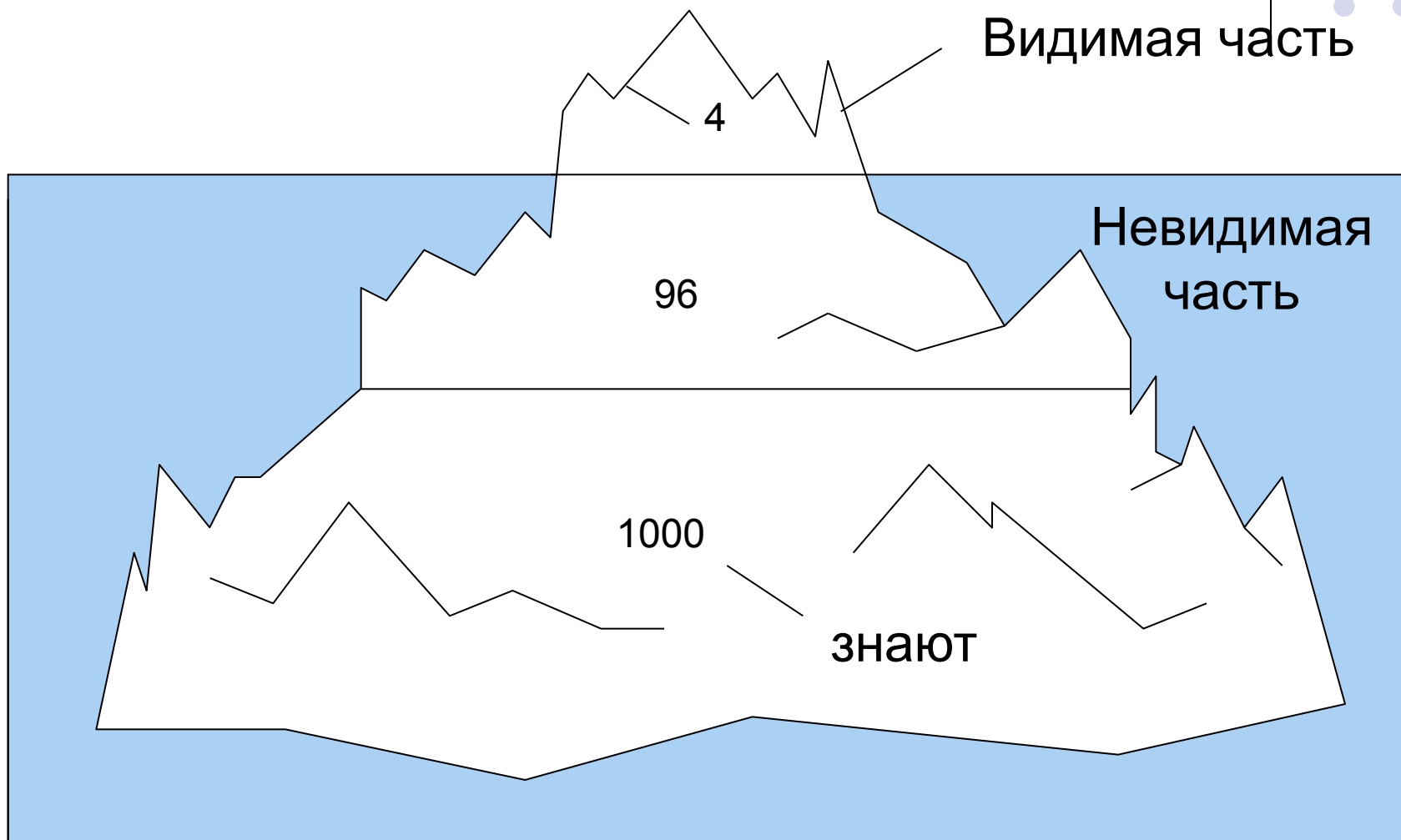


Рис. 1 - Взгляды на понятия ценности продукта

Эффект айсберга



Брэнд (от англ. brand - клеймо) – совокупность материальных и нематериальных категорий, которые формируют у потребителя благоприятное впечатление и вызывают желание приобрести товар именно данного предприятия с конкретной маркировкой среди множества других аналогичных.

