

Качество как социально экономическая категория и объект управления

- Международная организация по стандартизации определяет качество как совокупность свойств и характеристик продукции ли услуги, придающих им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности

Для понимания качества необходимо учитывать следующие принципы:

- Качество должно быть ориентировано на потребителя;
- Обеспечение качества систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру;
- Вопросы качества актуальны не только в рамках процесса производства продукции или услуги, но и в процессе проектирования продукции или услуги, маркетинга, послепродажного обслуживания и т.д.;
- Уровень качества не может быть константой. Постоянное повышение качества – условие развития и повышения конкурентоспособности предприятия

Качество можно рассматривать в следующих аспектах

Наименование аспекта	Содержание	Прим.
Национальный	Характеризует определенные черты нации в отношении создания качеств (аутпотребности) и требований, предъявляемых к качеству (инпотребности)	Понимание качества и требования к нему у русских, японцев и т.д. разное
Политический	Качество жизни нации определяет как внутри, так и внешнеполитическую обстановку	Политика определяет структуру экономики и опосредованно формирует требования к качеству
Технический	Качество определяется техническим уровнем, а он, в свою очередь, качеством	Развитие техники способствует развитию качества
Экономический	Ценность продукции или услуги для потребителя награждает продукцию ли услугу потребительской стоимостью	Конкурентоспособность, как экономическая категория
Социальный	Влияние социальной среды на качество и влияние качества на социальную среду	Социальные последствия изменения качества
Моральный	Самовыражение в трудовой деятельности, степень полезности труда	Низкокачественный труд - аморален

Значение повышения качества на макроуровне

- Теория постиндустриальной экономики (Д. Белл, Д. Рисман, А. Тоффлер, З. Бзежинский, Дж. Гейлблейт, А. Турен) предлагает странам три альтернативы развития
 - Ведущие страны – элита, где происходит интенсивное развитие информационной экономики, сосредоточены финансовые потоки, проводятся научные исследования, приводящие к научным открытиям, и разрабатываются новейшие технологии
 - Страны – мировые фабрики, где концентрируется мировое производство
 - Страны – сырьевые придатки, основывающие свою экономику на добыче и реализации на мировых рынках полезных ископаемых

Качество как объект управления

- Управляющая система создает и обеспечивает менеджмент качества. Стратегия исходит от высшего руководства
- Управляемая система представлена различными уровнями управления в зависимости от характера деятельности и масштабов предприятия

Ученые в области качества

- Тейлор (ford), Шухарт (вестерн электрик),
Э. Деминг (менеджмент качества),
Кросби (ИТТ), Исикава (Тойота),
Фейгенбаум (Дженерал электрик)

Развитие культур качества в разных странах

Наименование территории	Особенности менеджмента качества
Европейский союз	Уважение к правилам (закону), мастерство, бережливость, образованность
Российская Федерация	Развитое чувство справедливости, доверчивость, терпимость, новаторство, амбициозность и честолюбие, инженерно-технические знания
США	Уважение к суду, новаторство, лидерство и амбициозность, энергичность и динамизм
Япония	Тщательность, образованность, принципы семейных отношений в коллективах
КНР	???????

Принципы менеджмента качества

1. Ориентация на потребителя
2. Лидерство руководителя
3. Вовлечение работников
4. Процессный подход
5. Системный подход
6. Постоянное улучшение
7. Принятие решений, основанных на фактах
8. Взаимовыгодные отношения с поставщиками

Управление качеством туристских услуг

- Качество
- Качество туристского предприятия
- Качество работы (обслуживания)
- Качество услуг

Управление качеством предполагает наличие управленческих систем туристского предприятия, контролирующих организацию и предоставление услуг

- Система управления качеством туристского предприятия
 - 1 подсистема
 - Стандартизация процесса предоставления услуг
 - 2 подсистема
 - Подбор и обучение персонала в соответствии с требованиями
 - 3 подсистема
 - Поддержка персонала и его удовлетворенность
 - 4 подсистема
 - Контроль производительности труда
 - 5 подсистема
 - Контроль степени удовлетворенности клиентов

Методы оценки качества услуг туристского предприятия

- Оценка качества услуг туристского предприятия – это совокупность операций, включая выбор номенклатуры показателей качества, их численных значений, а также значений базовых и относительных показателей для обоснованных управленческих решений
- Выбор – измерение – оценка

Классификация видов и методов оценки качества

- Классификационные признаки
 - Система показателей
 - Дифференцированные (оценка одного или нескольких свойств или параметров)
 - Комплексные (оценка в целом)
 - Смешанные (часть показателей оценивается дифференцированно, а часть - в целом)

Классификация видов и методов оценки качества

- Классификационные признаки
 - Тип и характер действий
 - Прямые (непосредственное измерение показателей качества)
 - Косвенные (опосредованное измерение уровня качества)

Классификация видов и методов оценки качества

- Классификационные признаки
 - Средства анализа и измерения
 - Органолептические
 - Смешанные
- Экспертные
- Лабораторные

Классификация видов и методов оценки качества

- Классификационные признаки
 - Форма выражения оценки
 - Метрическая
 - Балльная
- Относительная