



Организация и планирование деятельности предприятий сервиса

к.э.н., доцент кафедры гостиничного и
туристического бизнеса
Кабиров Ильдар Сарварович

Казань 2019

Тема 4. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ПРОДУКЦИИ

- **4.1. Понятие и показатели качества услуг и продукции**
- Качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей.

-
- ***Качество*** – совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением

-
- ***Показатели назначения*** характеризуют полезный эффект от использования продукции по назначению и обуславливают область применения продукции.
 - ***Показатели надежности*** – *безотказность, сохраняемость, ремонтпригодность*, а также долговечность изделия.

-
- ***Показатели технологичности*** характеризуют эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при изготовлении и ремонте продукции.

-
- ***Показатели стандартизации и унификации*** – это насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации по сравнению с другими изделиями.

-
- ***Эргономические показатели*** отражают взаимодействие человека с изделием, его соответствие гигиеническим, антропометрическим, физиологическим и психологическим свойствам человека, проявляющимся при пользовании изделием.

-
- ***Эстетические показатели*** характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство исполнения и стабильность товарного вида изделия.

-
- ***Показатели транспортабельности*** выражают приспособленность продукции для транспортировки.
 - ***Патентно-правовые показатели*** характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции и являются существенным фактором при определении конкурентоспособности.

-
- ***Экологические показатели*** – это уровень вредных воздействий на окружающую среду, которые возникают при эксплуатации или потреблении продукции; например, содержание вредных примесей, вероятность выбросов вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировании и эксплуатации продукции.

-
- ***Показатели безопасности*** характеризуют особенности использования продукции с точки зрения безопасности для покупателя и обслуживающего персонала при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспортировании, потреблении продукции.

Количественное значение показателей качества продукции определяется методами:

- - **экспериментальным**, который базируется на применении технических средств и дает возможность оценить наиболее объективно качество продукции;
- - **органолептическим**, позволяющим определить качество продукции с помощью органов чувств по балльной системе;

-
- - **социологическим**, который основывается на использовании данных учета и анализа потребителей продукции;
 - - **экспертных оценок**, базирующихся на количественных оценках специалистами данных видов продукции.

-
- Несмотря на важность сервиса, до сих пор отсутствуют эффективные способы оценки качества услуг, что объясняется рядом их особенностей в сравнении с продуктовыми характеристиками. Такими ***особенностями*** являются:

-
- **Для каждого параметра оценки качества услуг имеются две величины (условные) – ожидаемая покупателем и фактическая.** Разница между этими двумя величинами называется **расхождением (рассогласованием)** и оценивает степень удовлетворения покупателя качеством услуги.

Наиболее важными *компонентами* (*параметрами*) оценки качества услуг являются следующие:

- **осязаемость** – та физическая среда, в которой оказываются услуги (интерьер, оргтехника, внешний вид персонала);
- **надежность** – последовательность исполнения «точно в срок»;
- **ответственность** – желание персонала сервисной фирмы помочь покупателю, гарантии выполнения услуг;
- **законченность** – обладание необходимыми знаниями и навыками, компетентность персонала;

-
- ***доступность*** – легкость установления контактов с сервисной фирмой, удобное для покупателя время оказания услуг;
 - ***безопасность*** – отсутствие риска и недоверия со стороны покупателя (например, обеспечение сохранности груза при физическом распределении);
 - ***вежливость*** – корректность, любезность персонала;

-
- **коммуникабельность** – способность персонала разговаривать на языке, понятном покупателю;
 - **взаимопонимание с покупателем** – искренний интерес к покупателю, способность персонала войти в роль покупателя и значение его потребностей.

-
- Для предприятий сферы сервиса используется понятие «качество услуги», которое характеризуется двумя группами показателей:
 - показатели, характеризующие качество выполнения услуги;
 - показатели, оценивающие качество обслуживания клиентов.

-
- Под качеством выполнения услуги понимается степень соответствия изготовленных или отремонтированных изделий действующей нормативно-технической документации, а также индивидуальным запросам клиентов, которые были согласованы при приеме заказов.

-
- ***Качество обслуживания клиентов***
– совокупность условий,
обеспечивающих потребителю
наименьшие затраты времени и
максимальные удобства при
пользовании услугами.

4.2. Факторы, формирующие качество услуг и продукции

- ***Первая группа факторов*** определяет качество исполнения услуги и учитывает, насколько эффективно проведена комплексная подготовка выполнения услуг; каково качество материалов, которые применены при выполнении той или иной услуги; насколько прогрессивна применяемая технология; соответствует ли оборудование современному уровню техники и др.

-
- ***Вторая группа факторов*** оказывает существенное влияние на обеспечение качества обслуживания клиентов:
насколько обеспечена комплексность обслуживания клиентов (количество групп и видов услуг, оказываемых в одном месте); размещение предприятий сферы сервиса; используемые режимы работы; уровень этики и культуры обслуживания клиентов.

-
- ***Третья группа факторов*** влияет как на качество исполнения услуги, так и на качество обслуживания клиентов. Среди этой группы факторов наибольшее значение имеют: профессионально-квалификационный уровень персонала; мотивация персонала (использование эффективных форм материального и морального поощрения, обеспечение персоналу условий карьерного роста и т. п.); соблюдение трудовой и исполнительской дисциплины.

4.3. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции

- Технический контроль представляет собой комплекс взаимосвязанных и проводимых в соответствии с установленным порядком контрольных операций.

Общие принципы рациональной организации технического контроля

- технический контроль должен охватывать все элементы и стадии процесса оказания услуги;
- техника, методы и организационные формы контроля должны полностью соответствовать особенностям техники, технологии и организации процесса оказания услуг;

-
- эффективность рациональной организации контроля в целом и отдельных ее элементов должна быть обоснована надлежащими экономическими расчетами;

-
- система контроля должна обеспечивать четкое и обоснованное распределение обязанностей и ответственности между отдельными исполнителями и различными подразделениями предприятия;

-
- система контроля должна использовать эффективные методы материального поощрения и материальной ответственности за нарушение требований к качеству услуг и продукции.