

Забовская Анастасия Васильевна

магистрант

Бурдюгова Ольга Васильевна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

г. Оренбург, Оренбургская область

ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ «КАЧЕСТВО» КАК ИСХОДНОЙ КАТЕГОРИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация: в статье проведен анализ научно-теоретических подходов к исследованию категории «качество», раскрывается природа и сущность категории качество обслуживания.

Ключевые слова: качество, уровень сервиса, человеческий капитал, конкурентное преимущество.

В процессе исследования категории качества обслуживания необходимо обращения к такому понятию, как качество в силу того факта, что сама действительность подталкивала ученых к изучению данной категории.

Важным является проанализировать содержание данной категории, в основе которой заложено философское определение качества. Качество с философской точки зрения впервые было представлено Аристотелем [1]. Следом, данную категорию исследовал Гегель, представив следующее определение: «Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что есть, когда оно теряет свое качество» [2]. Ф. Энгельс в работе «Диалектика природы» развил понимание данного понятия. С позиции диалектического материализма: во-первых, всякое качество имеет бесконечное множество количественных градаций (например, оттенки цветов, жесткость, мягкость и т.д), хотя качественно различных, но доступных измерению и познанию; во-вторых, существуют «...не качества, а только вещи, обладающие качествами, и притом бесконечно многими качествами» [3].

Понятие качества является динамичной категорией. Процесс глобализации мировой экономики, обостряющаяся конкуренция, нестабильность и изменчивость внешней среды стали неперенными атрибутами функционирования организаций в современной рыночной экономике.

Требования потребителей к качеству обслуживания неустанно растет соответственно процессу развитию рынка, степени его цивилизованности. В соответствии с ГОСТ Р 50646–94 «Услуги населению» качество обслуживания представляет собой совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных и предполагаемых потребностей потребителя [4, с. 1]. Качество – это необходимость предоставления продукта/услуг на одном и том же уровне в течение всего цикла функционирования организаций оздоровительного сервиса.

В современной экономической литературе показатель качества обслуживания представляет собой обобщенный показатель и включает следующие аспекты:

1) целостность и полнота обслуживания клиентов; качественное обслуживание, в первую очередь, это мудрая и прибыльная стратегия, поскольку позволяет не только привлекать все больше новых клиентов, но и эффективнее работать с существующими, предотвращать их уход и меньше зависеть от ценовой конкуренции. Кроме того, высокий уровень сервиса позволяет избежать дополнительных затрат, связанных с исправлением допущенных ранее ошибок;

2) качество предоставляемых услуг и продукции; данный аспект подразделяется на два вида обслуживания: техническое и функциональное. Техническое качество представляет собой совокупность неодушевленных предметов, окружающих клиента в организациях оздоровительного сервиса. Функциональное качество оценивается, как способность услуги удовлетворять потребности клиентов организации, а также процесс взаимодействия с персоналом при предоставлении услуги. В организациях оздоровительного сервиса критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция клиента, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого клиента. Качество

услуги складывается на основе синтеза качеств используемых для предоставления услуги технических средств, других материальных объектов и качества уровня предлагаемого потребителю сервиса [5, с. 4];

3) квалификация персонала, обслуживающего потребителей, человеческий капитал, совокупность знаний, навыков, которыми обладает работник и умение применить их в процессе функционирования организации. Высококвалифицированный персонал создает имидж предприятию, повышает качество оказываемых услуг и обеспечивает высокую конкурентоспособность организации;

4) состояние материально-технической базы организации. Совокупность средств труда, функционирующих в организациях оздоровительного сервиса, составляет их материально-техническую базу, к которой относятся здание, технические сооружения, оснащение, машины, оборудование и транспортные средства. Качество, количество и состояние материально-технической базы определяет уровень развития организации и, соответственно, влияет на качество предоставляемых услуг.

Критерием качества обслуживания потребителей в организациях оздоровительного сервиса является соответствие обслуживания принятым в отрасли требованиям: качества предоставляемых услуг и культуры обслуживания посетителей. Они учитывают состояние материально-технической базы, уровень технического и технологического обеспечения, организацию производства и обслуживания, производственные отношения персонала организации, нравственные и правовые нормы общества, отношения кадрового потенциала к своим обязанностям.

Результатом же хозяйственной деятельности выступает конечный продукт, то есть товары и услуги, именно поэтому конкурентоспособность товара/услуги является важной составной частью конкурентоспособности экономического субъекта. Именно в этом контексте качество создает конкурентное преимущество. То есть основу конкурентоспособности организации составляют конкурентные преимущества, где очень важно оценивать не только существующее положение фирмы, но и перспективы ее развития. Это находит проявление в

стратегическом потенциале компании. Именно поэтому конкурентное преимущество является базой успешного поведения хозяйствующего субъекта на рынке.

Именно в борьбе за потребителя производители вынуждены постоянно подтверждать свою способность стабильно производить продукцию и оказывать услуги надлежащего качества, приспосабливаться к требованиям потребителей, демонстрировать им свою надежность и респектабельность, а также должны представлять доказательства наличия у них действующих систем качества, отвечающих требованиям

Таким образом, определение сущности категории качества и ее составляющих, может быть использовано в целях улучшения качества обслуживания и укрепления своих конкурентных позиций на внутреннем и мировом рынках и адаптации к условиям глобальной экономики. международных стандартов.

Список литературы

1. Аристотель. Метафизика / Аристотель. – Л.: Госсэкономиздат, 1934.
2. Гегель Т.Ф. Энциклопедия философских наук. – Т. I. – Наука логики / Т.Ф. Гегель. – М.: Мысль, 1974.
3. Энгельс Ф. Диалектика природы / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения. – 2-е изд. – Т. 20. – С. 547.
4. Голубков Е.П. Маркетинг для маркетологов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №4. – С. 104–121.
5. Симонов Ю.В. Техническое регулирование в сфере услуг // Стандарты и качество. – 2004. – №5. – С. 44–45.
6. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300–1 [в ред. 03. 06. 2009 г.] // СЗ РФ. 1996. №3. Ст. 140. 1.
7. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / под ред. Ю.Л. Свириденко. – М.: Изд-во МГУС, 2001.
8. Мишин В.М. Управление качеством. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 463 с.

9. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.

10. Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг. – М.: Прогресс, 1990. – 179 с.

11. Тимофеев М. Конкурентоспособность малого бизнеса в сфере услуг // Услуги и цены. – 2006. – №10. – С. 24–27.

12. Симонов Ю. Техническое регулирование в сфере услуг // Стандарты и качество. – 2004. – №5. – С. 44–45.