

НОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Социально – экономическое значение развития бытового обслуживания населения заключается в экономии свободного времени населения. В рамках свободного времени человек удовлетворяет свои насущные потребности в интеллектуальном развитии и отдыхе. Свободное время может быть увеличено за счет рационального использования внерабочего времени населения, в том числе за счет уменьшения его затрат на ведение домашнего хозяйства. Сокращение затрат на ведение домашнего хозяйства тесно связано с уровнем развития бытового обслуживания.

В условиях рыночной конкуренции повышение уровня развития бытового обслуживания обуславливается конкурентоспособностью и прибыльностью предприятий, оказывающих услуги. Следовательно, рост объемов оказываемых бытовых услуг должен быть обеспечен за счет улучшения его качества. Качество бытового обслуживания – это особая категория, которая предполагает, во-первых, качество непосредственной работы по оказанию услуги, качество отремонтированной и изготовленной по индивидуальному заказу вещи, во-вторых, качество процесса обслуживания населения.

Понятия «качество обслуживания», «качество услуги» в значительной степени отличается от понятия «качество» в промышленности, поскольку применительно к сфере бытовых услуг возникает целый комплекс дополнительных условий.

Здесь речь идет о сроках, формах предоставления услуги, культуре обслуживания, о субъективной оценке организации обслуживания потребителей. Последнее условие присутствует и при оценке качества изделия, выпущенного промышленностью. Однако, такое изделие покупатель может не купить, но при этом он не в состоянии повлиять на изменение потребительских свойств, как это имеет место в сфере услуг.

В сфере сервиса услуга не производится впрок, следовательно, фактор времени на ее производство оказывает первостепенное влияние на качество обслуживания. Время обслуживания состоит из ряда составляющих: время доступности услуги, в частности, характеризуется затраченным временем на покрытие расстояния до места получения услуги. Оно зависит от числа предприятий сферы сервиса, оказывающих соответствующие услуги. Время на ожидание оказания услуги также зависит от числа предприятий и от времени их работы в течении дня. Следует отметить, что сокращение времени доступности и времени на ожидание в очереди создает наибольшие удобства для потребителя. Однако расширение предприятий ведет к росту дополнительных затрат на производство, что может снизить уровень его конкурентоспособности.

Качество бытового обслуживания – это совокупность потребительских свойств бытовых услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания. По сути дела, под качеством бытового обслуживания подразумевается ассортимент услуг, затрачиваемое на получение услуги время, формы обслуживания, качество выполненной работы, степень удобства и уровень культуры в контактной зоне обслуживания и т.п.

Для оценки качества бытового обслуживания в целом применялся и необходим в дальнейшем комплексный показатель, но его задачи и функции в современных условиях изменились. Необходимость повышения качества бытового обслуживания, цели, методы этого процесса обуславливаются требованиями рынка.

Проблема повышения качества оказания бытовых услуг тесно связана с проблемой управления качеством. В экономической литературе предпринимались различные попытки формирования систем управления качеством бытового обслуживания, однако, в практической деятельности предприятий бытового обслуживания эти предложения не нашли применения.

Низкая результативность решения проблемы качества – следствие того, что она была делом лишь государства, а не товаропроизводителей. В период традиционной системы хозяйствования государственные органы осуществляли жесткий диктат в этой области; с одной стороны, они предписывали товаропроизводителям что, как, когда и сколько производить, кому, когда и по какой цене реализовывать, а с другой – несли полную ответственность за результаты их деятельности.

Кардинально меняется ситуация в условиях «рынка покупателя» и функционирования предприятия как открытой системы.

В последние годы широкое распространение получили стандарты ИСО серии 9000, в которых отражен концентрированный опыт международной практики по управлению качеством продукции на предприятии. В соответствии с этими документами выделяются политика в области качества, непосредственно система качества и управление качеством продукции, включающее обеспечение и улучшение качества.

Несмотря на то, что вопросам управления качеством продукции во всех странах уделяется достаточно внимания, все же в последние годы сформировался новый подход, новая стратегия в управлении качеством, которая подчеркивает недостаточную заинтересованность предприятий в вопросах повышения качества продукции и указывает на необходимость изменить отношение к качеству.

Новая стратегия качества характеризуется рядом требований. Рассмотрим некоторые из них.

1. Качество как основная стратегическая цель деятельности признается высшим руководством предприятия. Поскольку требования к качеству определяет потребитель, не может существовать такого понятия, как постоянный уровень качества. Повышение качества должно идти по возрастающей, ибо качество – это постоянно меняющаяся цель.
 2. Мероприятия по повышению качества должны затрагивать все подразделения предприятия. Особое внимание должно уделяться этапу НИОКР, где закладывается необходимый уровень качества.
 3. Непрерывающийся процесс обучения и повышения мотивации персонала.
- Из всего вышесказанного можно сделать вывод:

в условиях острой конкурентной борьбы руководство предприятий должно осознать актуальность проблемы повышения качества продукции, как фактора укрепления позиций предприятия. Оно должно разработать и организовать внедрение системы управления качеством, ориентированной на интересы потребителей, затрагивающей все подразделения и приемлемой для всего персонала.