

Менеджмент качества физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг: потребности

Лекция 1

Голубева Татьяна Брониславовна

План занятий

- Предусмотрено:
- 7 лекций
- 7 практических занятий
- Реферат
- 2 Домашние работы
- 2 Конспекта
- Экзамен

БРС ЕИСУ

Лекции	Практические занятия
Коэффициент значимости 0.6	Коэффициент значимости 0.4
Коэффициент текущей аттестации 0.6	Коэффициент текущей аттестации 1.0
Коэффициент промежуточной аттестации 0.4	Коэффициент промежуточной аттестации 0
Баллы	
Посещаемость - 35	Посещаемость - 35
Реферат - 50	Домашняя работа № 1 - 25
Защита реферата - 15	Домашняя работа № - 20
	Конспект № 1 - 10
	Конспект № 2 -10

Основная литература

имеется в ЗНБ УрФУ

- Вдовин С.М. Система менеджмента качества организации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 090200 "Менеджмент" и 221400 "Управление качеством" / С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. — М. : ИНФРА-М, 2012. — 297 с.
- Елохов А. М. Управление качеством : учеб. пособие / А. М. Елохов. — Пермь : Зап.-Урал. ин-т экономики и права, 2012. — 351с.
- Паршин М. В. Качество государственных и муниципальных услуг: на пути к сервисному государству / М. В. Паршин. — Москва : Статус, 2013. — 272 с.
- Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул ; пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2012. — 336 с.
- Шоул Дж. Лояльный клиент. Как превратить разгневанного покупателя в счастливого за 60 секунд / Джон Шоул ; пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2012. — 112 с.

Дополнительная литература: имеется в ЗНБ УрФУ

- Баумгартен Л.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг : учебник для студентов вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва: Академия, 2013. — 288 с.
- Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме: практикум: учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва: КноРус, 2008. — 283 с.
- Ветитнев А. М. Курортное дело : учеб. пособие по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. — Москва : КНОРУС, 2006. — 526 с.

Дополнительная литература: имеется в ЗНБ УрФУ

- Кобьелл К. Искренний сервис / Клаус Кобьел ; пер. с нем. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2009. — 191 с.
- Кобяк М.В. Управление качеством в гостинице: учебное пособие / М.В. Кобяк, С.С. Скобкин. — Москва: Магистр, 2009. — 510 с.
- Крайер Э. Успешная сертификация на соответствие нормам ИСО серии 9000. Руководство по подготовке и проведению сертификации; дальнейшие шаги / Э. Крайер. - Москва: Форум, 2010. - 128 с.
- Литл Дж. Ф. Основы маркетинга : Чего же хотят ваши потребители? Надежный способ это выяснить / Д. Ф. Литл. — Ростов-на-Дону : Феникс, 1997. — 385 с.

Дополнительная литература: имеется в ЗНБ УрФУ

- Ополченев И.И. Управление качеством в сфере услуг: учебник / И. И. Ополченев. — Москва: Советский спорт, 2008. — 245 с.
- Процессный подход в стандартах ИСО серии 9000 и на практике / Г. Е. Герасимова, А. В. Гусева, А. И. Ковалев; под ред. Г. Е. Герасимовой. — Москва: Трек, 2006. — 167 с.
- Рожков Н.Н. Квалиметрические методы и модели комплексного оценивания качества услуг в социальной сфер: автореф. дис. ... д-ра техн. наук: 05.02.23 / Н. Н. Рожков ; С.-Петербур. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. — Санкт-Петербург, 2011. — 38 с.
- Хилл Н. Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000 / Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше; пер. с англ. — Москва: Технологии, 2004. — 192 с.

Дополнительная литература: имеется в ЗНБ УрФУ

- Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в малом бизнесе /Пер. с англ. А.Л. Раскина; Под ред. А.В. Руженцева. Москва: РИА «Стандарты и качество», 2001. - 168 с.
- Салимова Т.А. Теория и практика управления затратами на качество / Т. А. Салимова, Ю. Р. Еналеева. — Саранск: Издательство Мордовского университета, 2007. — 155 с.
- Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Эксклюзивные технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности организации: теория, методика, практика : учебник по специальности "Менеджмент организации" / Р. А. Фатхутдинов. —Москва : Эксмо, 2005. — 542 с.
- Шарипов С. В. Система менеджмента качества. Разработка и внедрение на основе международного стандарта ISO 9001:2000 / С. В. Шарипов, Ю. В. Толстова. — Санкт-Петербург : Питер, 2004. — 190 с.

Электронные ресурсы

- Ребрин Ю.И. Управление качеством: учебное пособие/ Ю. И. Ребрин. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m93/1_1.htm
- Хамидуллина Г.Р. Управление качеством в сфере туризма и спорта / Г.Р. Хамидуллина // Вектор науки ТГУ. – 2013. - № 2. – С. 364-369. Режим доступа: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site3456/html/media91589/77Khamidullina.pdf
- Журнал «Менеджмент качества» Режим доступа: <http://ria-stk.ru/mmq/>
- Журнал «Методы менеджмента качества» Режим доступа: <http://ria-stk.ru/mmq/>
- Журнал «Стандарты и качество» Режим доступа: <http://ria-stk.ru/stq/>

Нормативные документы: федеральные законы

- Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.02.2002. № 184-ФЗ
- Федеральный закон "О стандартизации в Российской Федерации" от 29.06.2015 г. N 162-ФЗ
- Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329 ФЗ
- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996. № 132-ФЗ
- Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992. № 2300-ФЗ

Нормативные документы: национальные стандарты РФ

- ГОСТ Р 50460-2012. Услуги населению. Термины и определения. Дата введения 01.07.1994.
- ГОСТ Р 52024-2003. Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования.
- ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению Модель системы обеспечения качества услуг
- Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 9001 –2008 Системы менеджмента качества.



Стандарты международной организации по стандартизации ISO

- Международный стандарт ИСО 8402-94 Управление качеством и обеспечение качества. Словарь.
- Международный стандарт ИСО 9004-2-91 Общее руководство качеством и элементы системы качества. Часть 2. Руководящие указания по услугам.
- Международный стандарт ИСО 10005:95 Административное управление качеством. Руководящие указания по программам качества.
- Международный стандарт ИСО 10006. Управление качеством. Руководящие указания по качеству при управлении проектом.
- Международный стандарт ИСО 10007:95 Административное управление качеством. Руководящие указания по управлению конфигурацией.

Стандарты международной организации по стандартизации ISO

- Международный стандарт ИСО 10011-1:1990 (ДСТУ ISO 10011-1-97) Руководящие указания по проверке систем качества. Часть 1. Проверка.
- Международный стандарт ИСО 10011-1:1990 (ДСТУ ISO 10011-1-97) Руководящие указания по проверке систем качества. Часть 2. Квалификационные критерии для инспекторов.
- Международный стандарт ИСО 10011-1:1990 (ДСТУ ISO 10011-1-97) Руководящие указания по проверке систем качества. Часть 3. Управление программами проверок.
- Международный стандарт ИСО 10012-1:92 Требования по обеспечению качества измерительного оборудования. Часть 1. Система метрологического подтверждения для измерительного оборудования.

Стандарты международной организации по стандартизации ISO

- Международный стандарт ИСО/ПМС 10012-2:92 Требования по обеспечению качества измерительного оборудования. Часть 2. Управление процессами измерений.
- Международный стандарт ИСО 10013:1995 Руководящие указания по разработке указаний по качеству.
- Международный стандарт ИСО/ПСК 10014: Руководящие указания по экономическим аспектам качества.
- Международный стандарт ИСО 10015:1995. Руководящие указания по непрерывному обучению и подготовке кадров.
- Международный стандарт ИСО/РП 10016: Протоколы контроля и испытаний. Руководящие указания по предоставлению результатов.
- Международный стандарт ИСО/РП 10017: Руководство по применению статистических методов в семействе стандартов

Цель и предмет курса

- *Цель курса* – изучение систем управления качеством физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг, факторов, влияющих на их функционирование и развитие, показателей оценки и контроля их деятельности.
- *Предметом курса* является изучение параметров, определяющих потребительские свойства физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг; социально-экономические и организационно-технические характеристики процессов их создания, потребления, а также деятельность по совершенствованию таких свойств и процессов.

Задачи курса:

- определение основных понятий, характеризующих потребительские свойства физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг;
- рассмотрение критериев качества физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг и процессов обслуживания; изучение видов и особенностей контроля качества физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг;
- изучение систем управления качеством услуг.

Курс «Менеджмент качества ФО и СУ»

- охватывает широкий круг проблем и потому связан практически со всеми дисциплинами, которые преподают в рамках Учебного плана направления 43.04.01, т. к. его цель – не только совершенствование потребительских характеристик услуг, но и улучшение качества жизни людей, на что и ориентированы все другие дисциплины.
- *Цель управления качеством услуг*- удовлетворение потребности с помощью определенных свойств некой услуги и с минимальными затратами материальных средств, эмоциональных и физических сил потребителя.

Понятие «качество»: история вопроса

- Понятие качества прошло многовековой путь развития.
- Аристотель: "различие между предметами, дифференциация по признакам "хороший" - "плохой".
- В XIX в. Гегель : "Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество".
- С XX в. о качестве уже рассуждают не только философы, но и управленцы-практики. В середине 60-х годов XX века стали говорить, что центр тяжести потребителя сместился в сторону высокого качества продукции и услуг. Если раньше основным фактором конкурентоспособности товаров считалась их цена, то теперь на первый план выдвигается их качество.
- Данные исследования 1986 г. показали, что для 80% покупателей промышленных и потребительских товаров качество такой же или ещё более выраженный фактор как цена, определяющий их выбор.

Понятие «качество»: история вопроса

- В 80-е годы XX века пришло понимание того, что самый лучший способ продавать товар или услуги - повышать их качество.
- Производить товары низкого качества становится невыгодно, т. к. затраты вызываемые дефектами и исправлениями продукции составляют 20% как расходов предприятия.
- Низкокачественная продукция (услуга) либо совсем не имеет сбыта, либо ограниченный сбыт по малым ценам.
- Выпуск и реализация высококачественной продукции важнейший путь к наращиванию прибыли предприятия, источник его производственного развития. Таким образом, достижение высокого уровня качества становится основной стратегией в современной предпринимательстве, главным в управлении предприятием.
- Высокое качество продукции (услуг) есть возможность повысить уровень жизни населения, улучшить среду обитания, в том числе экологическую обстановку.

Причины актуализации проблемы качества в современных условиях

- *качество - главный критерий для совершения покупки для наиболее значимых покупателей.* Потерять заказ из-за недостаточного уровня качества намного хуже, чем из-за слишком высокой цены: так можно потерять клиента навсегда;
- *качество - главный инструмент снижения издержек.* Всегда дешевле делать правильно с первого раза, чем впоследствии исправлять ошибку;
- *качество всеохватывающе.* Предприятие реализует множество отдельных мероприятий, чтобы улучшить качество. Системы управления качеством предполагают комплекс мероприятий, охватывающий все стадии производственного процесса, для того, чтобы предприятие успешно действовало на рынке;
- *качество ведет к упрочению позиций фирмы на рынке.* В условиях открытых и либерализованных рынков товары и услуги становятся все более взаимозаменяемыми. Уровень качества товаров становится решающим.
- Управление качеством стало системной основой в реализации задачи повышения качества.

Затраты на качество

- Классификацию затрат на качество предложил Филип Б. Кросби (Германия). В начале 60-х гг. XX в. он подробно изложил свою программу «ноль дефектов». Кросби предложил внедрять предпринимательскую культуру, в основе которой лежит осознание значения качества и образ мышления, ориентированный на достижение «нуля дефектов».
- Ф. Кросби делил затраты на качество на две категории:
Затраты на соответствие – все затраты, которые необходимо нести, чтобы сделать все верно в первого раза (полезные затраты);
Затраты на несоответствие – это все затраты, которые приходится нести владельцу компании из-за того, что не все делается правильно с первого раза (убытки).



Затраты на качество

- В целом, классификация затрат на качество – внутреннее дело каждой компании.
- Важно: внутри компании структура затрат должна быть однозначной и стандартной. Категории затрат должны быть постоянными и не должны дублировать друг друга.

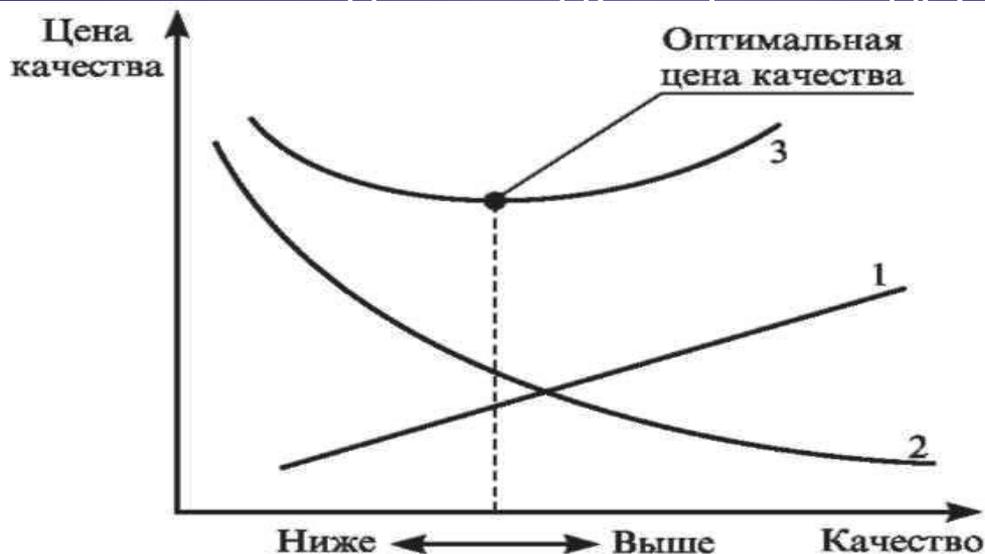


Рис. 24. К определению оптимальной цены качества:

1 — расходы на обеспечение качества продукции; 2 — издержки, связанные с неудовлетворительным качеством продукции; 3 — общие издержки, связанные с обеспечением качества (цена качества)

Потребность

- Услуги и их качество не существуют без потребности.
- Потребность – чрезвычайно сложное, динамичное, недостаточно изученное явление как в общих, так и в конкретных чертах своего проявления.
- Советский энциклопедический словарь (1986 г.) предлагал такое определение: *«Потребность – нужда в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности».*

Потребность

- В Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова потребность определяется как *«Необходимость, нужда в чем-нибудь, требующая удовлетворения»*.
- Словами «требующая удовлетворения» подчеркиваются существенные свойства потребностей, пренебрегать которыми недопустимо и опасно.
- Индикатор существования потребности – желание.
- Ф. Котлер: *«Потребность – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида»*.

Иерархия потребностей человека (по А. Маслоу)



**ПОТРЕБНОСТЬ
В САМОАКТУАЛИЗАЦИИ:**
реализация своих
целей, способностей,
развитие собственной личности

**ЭСТЕТИЧЕСКИЕ
ПОТРЕБНОСТИ:**
гармония, порядок,
красота

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ:
знать, уметь,
понимать, исследовать

ПОТРЕБНОСТЬ В УВАЖЕНИИ (ПОЧИТАНИИ):
компетентность, достижение успеха,
одобрение, признание

ПОТРЕБНОСТЬ В ПРИНАДЛЕЖНОСТИ И ЛЮБВИ:
принадлежность к общности, быть принятым,
любить и быть любимым

ПОТРЕБНОСТИ БЕЗОПАСНОСТИ:
чувствовать себя защищенным, избавиться от страха и неудач

ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ (ОРГАНИЧЕСКИЕ) ПОТРЕБНОСТИ:
голод, жажда, половое влечение и другие

Роль потребностей в жизни общества

- Существование, развитие и углубление потребностей движет всем производственным базисом общества, определяя его специализацию, масштабы и, в конечном счете, КАЧЕСТВО ЖИЗНИ.
- *Качество жизни населения* - категория, с помощью которой характеризуют существенные обстоятельства жизни населения, определяющие степень достоинства и свободы личности каждого человека.
- *Качество жизни индивида* — это восприятие индивидами их положения в жизни в контексте культуры и системе ценностей, в которых они живут, в соответствии с целями, ожиданиями, нормами и заботами. Качество жизни определяется физическими, социальными и эмоциональными факторами жизни человека, имеющими для него важное значение и на него влияющими. Качество жизни индивида — это степень комфортности человека как внутри себя, так и в рамках своего общества.

Домашнее задание № 1

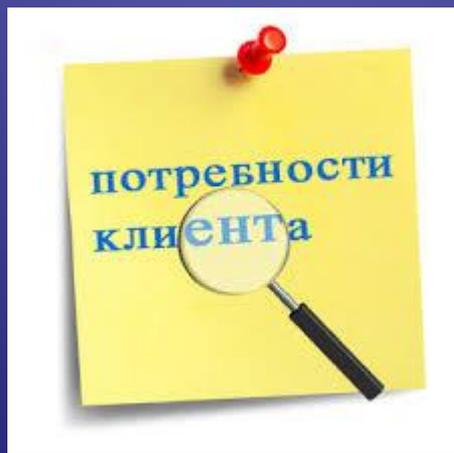
- Приведите пример:
- Существующих в обществе (определенных группах потребителей) потребностей в физкультурно-оздоровительных и спортивных услугах, которые, по Вашему мнению, в настоящее время не удовлетворяются (удовлетворяются частично)?
- Каково влияние негативных последствий этих неудовлетворенных потребностей на качество жизни?
- Каковы могли бы быть позитивные изменения для качества жизни населения и определенных групп потребителей в случае удовлетворения этих потребностей?
- Пример представить на практическом занятии в виде доклада с презентацией.

При решении задач управления качеством важно знать, что

- Позитивные, положительные результаты удовлетворения возникшей потребности зависят от многих факторов, но основными из них можно считать:
 - – характер потребности;
 - – фазу зрелости потребности;
 - – степень удовлетворения (т. е. удовлетворенность потребителя).
- *Позитивные и негативные свойства потребностей не только являются противоположностями, но и находятся в остром противоречии. Посредником в этом противостоянии выступает качество, т. е. те свойства продукции, которые способны удовлетворить потребности и предотвратить возможные отрицательные последствия неудовлетворенности.*

Важно:

- Потребности нельзя удовлетворять вообще, в целом. Нужно удовлетворять конкретные, персонифицированные потребности конкретного потребителя, выделенного из общей массы.

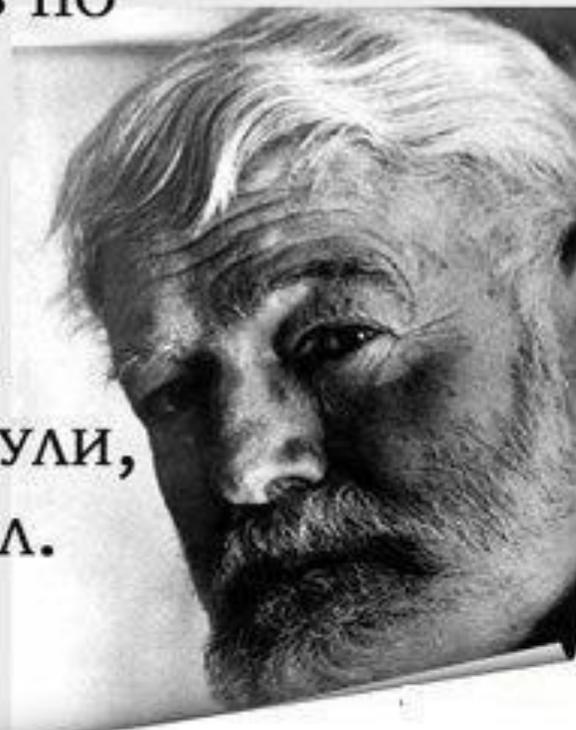


Закон возвышения потребностей

- *По мере удовлетворения одних потребностей возникают другие, качественно новые, более развитые потребности.*
- С течением времени одни виды потребностей возникают, другие теряют свое значение и постепенно отмирают. На смену им приходят новые, более высокие потребности.
- Как правило, процесс зарождения потребности все более высокого порядка обусловлен расширением культурных и эстетических запросов.
- Новые потребности зарождаются, созревают, охватывая все большее число людей, разрастаются в объеме, достигают максимума развития. После этого процесс их роста на некоторое время стабилизируется. Этот период может быть кратковременным, как, например, у модной одежды, или длительным, как у хлебобулочных изделий или других видов продуктов питания.
- После периода стабилизации потребность начинает сужаться в объеме. Наступает затухание и отмирание. О ней постепенно забывают.

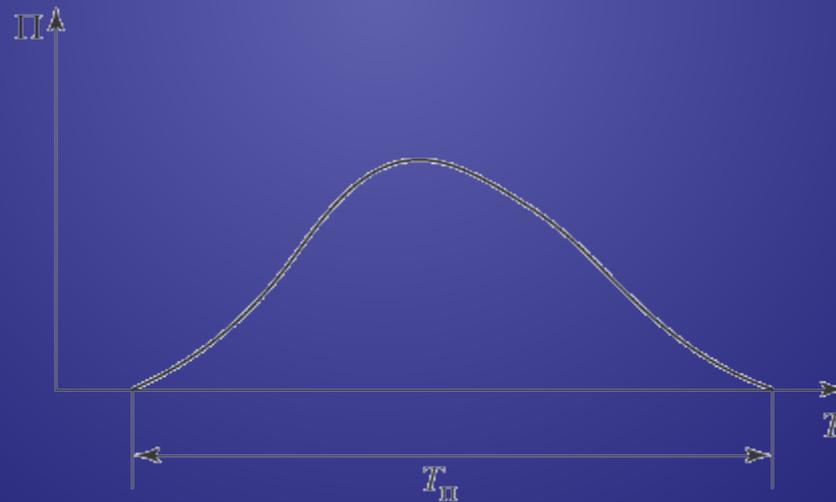
ДАЙТЕ ЧЕЛОВЕКУ НЕОБХОДИМОЕ — И ОН ЗАХОЧЕТ
УДОБСТВ. ОБЕСПЕЧЬТЕ ЕГО УДОБСТВАМИ —
ОН БУДЕТ СТРЕМИТСЯ К РОСКОШИ. ОСЫПЬТЕ ЕГО
РОСКОШЬЮ — ОН НАЧНЕТ ВЗДЫХАТЬ ПО
ИЗЫСКАННОМУ. ПОЗВОЛЬТЕ ЕМУ
ПОЛУЧАТЬ ИЗЫСКАННОЕ — ОН
ВОЗЖАЖДЕТ БЕЗУМСТВ. ОДАРИТЕ
ЕГО ВСЕМ, ЧТО ОН ПОЖЕЛАЕТ — ОН
БУДЕТ ЖАЛОВАТЬСЯ, ЧТО ЕГО ОБМАНУЛИ,
И ЧТО ОН ПОЛУЧИЛ НЕ ТО, ЧТО ХОТЕЛ.

ЭРНЕСТ ХЕМИНГУЭЙ

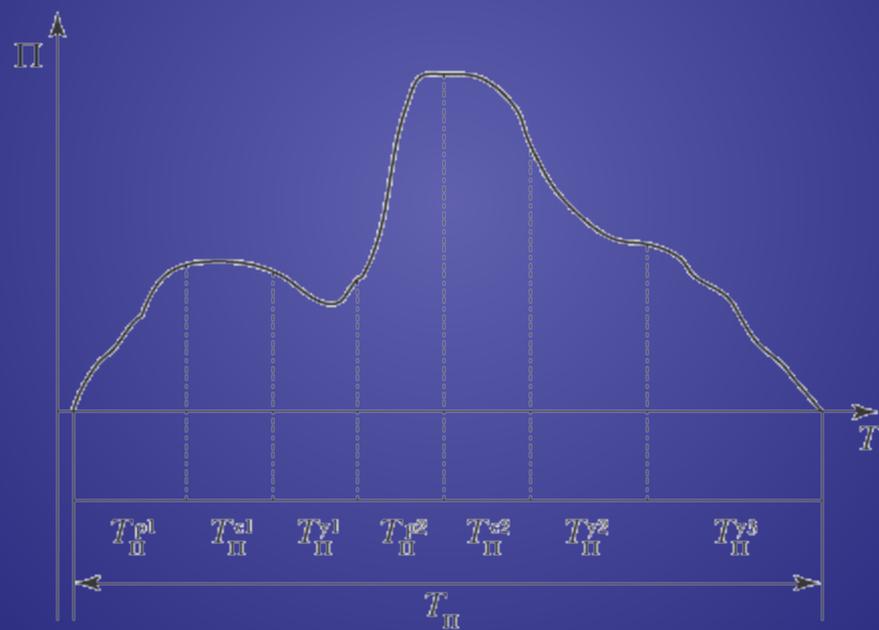


Распределение потребностей во времени

- Изменение потребности (Π) во времени представлено в виде плавной кривой, близкой к нормальному закону распределения, T_{Π} – период жизни определенной потребности, ее жизненный цикл.



Один из возможных вариантов жизненного цикла потребности



Выводы:

- Формы распределения потребностей во времени и пространстве являются объективной предпосылкой формирования рынков продукции (услуг), помогают определять возможные «ниши» для производителей.
- Жизнедеятельность человека, а тем более семьи, группы или общества в целом, естественно, не может быть обеспечена удовлетворением одной потребности. Даже у одного человека существует множество индивидуальных материальных, духовных и социальных потребностей. У семьи же или группы людей к индивидуальным потребностям добавляются еще и коллективные, в результате численность, а также комбинации различного рода потребностей растут еще в большей степени.

Приведите примеры:



- действия закона возвышения потребности;
- Действия закона возвышения потребности в сфере физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг.



Выводы:

- Чем крупнее группа или сообщество людей, тем в большей степени растет число потребностей, образуя по мере роста определенные совокупности. Ошибочно считать такую совокупность просто суммой потребностей.
- Сочетаясь, отдельные потребности начинают зависеть друг от друга. Складываются взаимосвязи, взаимозависимости, взаимопроникновение потребностей различного характера и различных объемов. Во многих случаях при этом трансформируется характер тех потребностей, которые изначально входили в состав совокупности. В результате это может привести к рождению новых потребностей и новых их комбинаций.
- **Потребности и их совокупности представляют собой не статичную, а динамичную категорию.**

Приведите примеры:



- Влияние потребностей одной группы потребителей на потребности других групп потребителей;
- Рождения новых потребностей из совокупности первоначальных потребностей.



Классификация потребностей по признаку действительности

- *Предполагаемые потребности* – это те потребности, которые в результате специальных исследований сформировались в сознании маркетологов и с некоторой степенью вероятности могут проявить себя в будущем.
- Предполагаемые потребности составляют содержание прогнозов и являются основанием для осуществления в полном объеме дальнейших маркетинговых исследований, планирования подготовки производства, формулирования политики в области качества.

Классификация потребностей по признаку действительности

- *Действительными потребностями* являются те, что возникли на практике и существуют реально в жизни.
- Для того чтобы точно узнать реальные потребности или в максимально возможной степени приблизиться к ним, производитель использует моделирование реальной ситуации возникновения и существования предполагаемой потребности, проводит опросы потенциальных потребителей, организует выпуск продукции небольшими партиями, опытные продажи и наблюдение за реакцией потребителей.
- При практическом решении задач управления качеством надо в максимально возможной степени ориентироваться на реальные потребности.

Классификация потребностей по признаку действительности

- В то же время все начинается с анализа действующих потребностей, прогноза их развития, их влияния на зарождение новых потребностей.



Спрос- платежеспособная потребность

- Спрос – это форма выражения реальной потребности, представленной на рынке, обеспеченная соответствующей суммой денежных средств покупателей, которые, имея эту потребность, могут стать потребителями, совершив акт купли-продажи.
- Платежеспособность – это одна сторона, характеризующая спрос, другая – связана с качеством.
- Спрос предъявляется не на услуги вообще, а на услуги, которые способны по своим свойствам удовлетворить определенные потребности.
- В тех случаях, когда свойства предлагаемой покупателю продукции не соответствуют имеющимся у него потребностям, задача соответствия спроса и предложения становится нерешаемой, и даже не может быть предметом рассмотрения.

Взаимосвязи спроса и качества

- Между потребностями, производством, предложением, спросом и потреблением объективно существуют взаимосвязи.



- Опосредует такие взаимосвязи именно *качество* и этим определяется его уникальная экономическая и социальная значимость для бытия человека, воспроизводства товаров (услуг) и их участия в экономическом обороте.



- Огромный механизм взаимосвязей должен работать четко, слаженно, эффективно.



- Эта потребность вызвала к жизни необходимость управления качеством.

Взаимосвязи спроса и качества

- **Спрос непосредственно организует и регулирует прямые и обратные взаимосвязи:**
 - – между *качеством* продукции, товара, услуги и *характером потребности*;
 - – между *объемом производства* и тем *объемом потребности*, который будет реально удовлетворен продукцией, товаром, услугой необходимого качества;
 - – между *издержками производства* продукции, товара, услуги, их *качеством* и *рыночной ценой*;
 - – между реальными *расходами* и реальными *доходами* товаропроизводителей;
 - – между *качеством*, *массой потребительной стоимости* и *денежным обращением*.

Спасибо за внимание!

