

Трактовка на понятието “качество на

продукцията ”

“Безспорно и разбираемо е това, че въпросът за качеството на продукцията придобива все по-голяма важност с оглед оцеляването и просперитирането на стопанските производители в условията на изостряща се конкуренция на стоковия пазар. Във връзка с това, употребата на термина “качество на продукцията” става все по-интензивна, не само в специализираната литература, но и в средствата за масова информация, а и в ежедневните разговори на хората.” [\[1\]](#)

“. . . Редица значими примери показват неадекватната на съдържанието му употреба. Така например, определение за това що е качество на продукцията се съдържа в БДС 9577-72. Според споменатия стандарт, то е "съвкупност от свойствата на продукцията, обуславящи степента ѝ на пригодност да удовлетворява определени потребности и изисквания, съобразно с нейното предназначение". Но както Ф. Рачев - един от българските автори, специализирал се в областта на качеството на продукцията и неговото управление, правилно отбелязва това определение не е издържано както в логически, така и в икономически аспект [\[2\]](#). То е непълно, защото не отразява всички съществени признаци на качеството на продукцията като понятие. И неточно - защото, включвайки в себе си думите "степен" и "изисквания", всъщност се превръща в дефиниция не за качество, а за равнище на качеството на продукцията.”

[\[3\]](#)

“Що се отнася до другите съществени признаци на качеството на продукцията като обективно съществуващо явление при всяка вече произведена продукция, задължително е да се изтъкне следното:

а) От философска гледна точка, качеството е един от обективните признаци на вещите, дейностите и явленията, които съществуват във и независимо от човешкото съзнание;

б) От философска гледна точка, качеството е не само един от съществените, но и от

обобщавашите признаци на вещите , по които те се отличават една от друга.
(Междувпрочем, всяка вещь се характеризира най-малкото с два такива признака: *количество и качество*);

в) От гледна точка на теорията за ценностите - аксеологията, качеството е ценностна характеристика на вещите, дейностите и явленията. Според тази теория, "ценностите" са предмети, явления и техните свойства, които удовлетворяват човешки потребности [4]

г) От икономическа гледна точка, качеството е потребителна стойност на продукцията. Ако дадена продукция няма потребителна стойност, т.е. не е в състояние да задоволява чужди потребности (чужди или на потенциалния производител), очевидно е, че тя просто няма да се произвежда. "Стоката" е преди всичко външен предмет, нещо което със своите свойства задоволява човешки потребности от някакъв вид.

Потребителната стойност на стоката се изразява в нейната годност (способност) да удовлетворява определени обществени потребности, т.е. в нейната полезност.

“Полезността на един предмет го прави потребителна стойност. Но тази полезност не виси във въздуха. Обусловена от свойствата на стоката тяло, тя не съществува без него.” [5] Следователно, може да се каже, че качеството е полезността на продукцията.

д) Потребителната стойност на продукцията се характеризира (отличава) от нейните потребителни свойства (обективни признаци).” [6]

Относно потребителната стойност, акцент заслужава това, че тя е:

Първо, вещь, или услуга, благодарение на чиито свойства реално се задоволяват някакви потребности на човека. В зависимост от свойствата, които притежава даден продукт, той може да задоволява различни по вид потребности, а и различни продукти могат да задоволяват една и съща потребност. Например, нефтът може да бъде използван за

гориво, за отопление, а така също като химическа суровина. А потребността от топлина може да бъде задоволена и от нефт, и от газ, и от въглища, и от дърва, и от електрическа енергия и т.н.

Второ, *способност* на всеки един продукт да задоволява човешки потребности. Тя (способността) зависи, но не е тъждествена на потребителските свойства на продукцията. Защото, макар всеки продукт да притежава някаква съвкупност от разнообразни свойства, то във всеки конкретен случай, потенциалният или фактическият потребител се интересува по принцип не от всички, а само от някои от тях. С други думи, потребителната стойност се характеризира само от онези свойства на продукцията, които задоволяват определена потребност. А понеже “Всяко ... нещо е съвкупност от много свойства и затова може да бъде полезно откъм различни страни”

[7]

, то може да се заключи, че всеки конкретен вид продукция може да има различни потребителни стойности (така, както е в примера с нефта).

“Трето, зависима от физикохимическия състав, вътрешния строеж (структурата) и външния вид (дизайн) или форма на продукцията (стоката) характеристика.

Четвърто, зависима величина не само от конкретния индивидуален потенциален или фактически потребител, (а това значи, че и от мястото на предлагане), но и от времето на нейното “оценяване”. Защото например, един голям лампов радиоприемник, докато произведен през 30-те години на ХХ-тия век е имал търсене, (т.е. потребителна стойност), при това твърде повсеместно, то днес най-малкото в Европа той би нямал купувачи, а следователно и потребителна стойност.

Въз основа на изтъкнатото, може да се заключи, че качеството на продукцията (стоката) е съвкупност от нейния състав, вътрешен строеж, външен вид и потребителски свойства, които я правят годна да задоволява определени духовни и материални потребности, т.е. които я правят годна да служи съобразно предвиденото ѝ предназначение. От тази гледна точка, ако дадена продукция намира някакво търсене и потребление, колкото и малко да е то, не може да се определя като некачествена. Защото, качеството на продукцията (стоката) не е степен или мярка на годността на продукцията да удовлетворява определени потребности (както се посочва в БДС 9577-72), а е самата нейна годност да удовлетворява определени потребности. Затова пък степента или мярката са критерии за оценяване на равнището на качеството на продукцията. Следователно, колкото по – голяма е стойността на степента толкова по – високо и равнището на качеството на продукцията (стоката). И обратно.” [8]

Относно произвежданата и предлаганата от туристическия отрасъл продукция, М. Рибов пише така: “Прието е качеството на туристическия продукт да се разглежда като съвкупност от характеристики на продукта , които определят неговата способност (пригодност) да задоволява определени или предполагаеми” [9] . В договорна ситуация или в законово регулирани области като например, радиационна безопасност - продължава авторът, потребностите са определени, докато в други видове области предполагаемите потребности би трябвало да бъдат идентифицирани и определени.

“Понятието "качество" на туристическия продукт не съдържа количествена характеристика на това, до каква степен един или друг продукт е годен да задоволява определени потребности. Оттук следва, че качеството на продукта не може да се повишава, нито да се понижава . то може само да се изменя по посока към подобряване или влошаване. Като се придават определени нови характеристики на продукта или като се видоизменят старите, може да се получи туристически продукт с друго качество, което да задоволява други, макар и незначително изменени потребности. От казаното следва, че вместо термините “повишаване на качеството” или “понижаване на качеството следва да се използват други – “подобряване на качеството”или “влошаване на качеството”, в зависимост от това, в какво направление се изменя качеството на продукта.” [10]

Потребностите, задоволени от качеството на туристическия продукт, обикновено се изразяват чрез характеристики с определени критерии. Те могат да включват изисквания за функциониране, за възможност за използване, за надеждност, за безопасност, а също така, от естетическо и икономическо естество.

Тъй като потребностите се променят с времето, това предполага периодичен преглед на изискванията за качество на туристическия продукт. В случая става дума за изразяване на определени потребности или за тяхното превръщане в съвкупност от количествено и качествено определени изисквания към характеристиките на туристическия продукт, за де е възможно тяхното реализиране и проверяване. Важно е да се отбележи, че изискванията за качество следва напълно да отразяват определени (установени, уточнени) или предполагаеми потребности *на* купувача и потребителя.

“Терминът "изисквания" следва да включва както тези от пазарен и договорен, така и от вътрешно - инструкционален произход. Всички те могат да бъдат разработени, детайлизирани и актуализирани на различните етапи на вътрешно-институционалното

планиране. Количествено зададените изисквания към характеристиките (свойствата, белезите, чертите) на туристическия (и не само на него) продукт включват, например: номиналните и относителните величини, граничните отклонения и допуските. Изискванията за качеството трябва да се изразяват чрез условията за функциониране на предприятието, а и да се документират.” [11]

“Освен по-горе отбелязаните изисквания, съществуват и тези на обществото. Те произтичат от закони, наредби, кодекси, правила, устави и други нормативни извънинституционални (извънпредприятийни) актове. Обикновено те са свързани с опазването на околната среда, здравето, безопасността, сигурността, съхраняването на енергията и природните ресурси, и т.н. Специално по отношение на изискването "безопасност" като един от аспектите на качеството, той характеризира състоянието, при което рискът от причиняване на вреди на кадрите или материални щети на съответни институции бива ограничен до допустимо равнище. Всички изисквания на обществото, които, както вече по-горе е отбелязано, биват правни и нормативни, и зависят от актуалната правна уредба на съответната държава, трябва да бъдат взети под внимание.” [12]

За евентуално възпрепятстване на недоразумения, можещи да възникнат при употребата на понятието "качество" на туристическия продукт, се използва терминът степен (клас) с оглед определянето на мярката на превъзходство (съвършенство). В случая става дума за категория или ранг на туристически продукти, които имат еднакво функционално предназначение, но различни изисквания за качеството. Със степента се изразява предвидена или призната разлика в изискванията за качество.

Третирайки въпроса за качеството на туристическия продукт, особено важно е да се акцентира върху взаимоотношката между изпълняваното предназначение на продукта, от една страна и разходите по неговото производство, предлагане и продажба, от друга. Акцентът следва да пада върху пропорцията, формирана между величините "функционална полза" и "цена". Макар че, един продукт с висока степен (клас) може да бъде с несъответстващо му качество по отношение на задоволяването на потребностите. И обратно. Например, петзвезден хотел може да предлага по-лошо обслужване от друг, но само тризвезден.

Степента на качеството на туристическия продукт, както М. Рибов пише, “...отразява планираните или признати разлики в изискванията към качеството” [13]. Когато степента се означава с числа, най-високото ѝ измерение обикновено се изразява с единица, а по-ниските степени - с числата две, три, четири и т.н. Ако обаче степента се

изразява със знаци (например със звездичка), най-ниската степен се означава с най-малък брой звездички.

Върху качеството на продукта в общия случай влияят редица взаимнообвързани дейности - от определянето на потребностите до оценяването на това дали те са задоволени. За да се открие приносът на отделните етапи за формирането на качеството на съответния продукт, то бива определяно отделно за различните етапи на цялостния процес от неговото създаване. Ето защо, употребяват се термините "качество, определено от потребностите", "качество, свързано с проекта" (разработването на продукта), "качество, произтичащо от съответствието", "качество, дължащо се на поддържането на продукта чрез неговия жизнен цикъл".

“Туристическият продукт (както между впрочем и всеки друг вид продукция) може да съответства или да не съответства, т.е. да изпълнява или не определени изисквания спрямо една или повече характеристики на качеството. Констатирането на дефект в него се проявява като неизпълнение на дадено изискване или на приемливо очакване за туристическия продукт, свързано с използването му по предназначение, включително и по отношение за безопасност. Туристическият продукт е качествен или доброкачествен, когато изпълнява определените за него изисквания. Той може да се квалифицира като стандартен, когато изискванията за него се определени в стандартизационен документ. Възможно е туристическият продукт да е некачествен (нестандартен). Той се приема за такъв, когато не изпълнява установените за него изисквания. Продуктът е негоден, ако не може да се използва за целта, с оглед на която той е произведен или се предлага за производство. Не е изключено туристическият продукт да е с намалена годност в зависимост от установените в него дефекти. Ако те станат причина продуктът да намали годността си да изпълнява основната си функция, той се квалифицира като нестандартен, тъй като не съответства на някои от показателите за качеството, включени в установения за него стандарт (нормала).” [\[14\]](#)

Изключително важно е да се открие това, че ако се възприеме определението, според което доброкачествена е тази продукция, която предложена на пазара намира реален купувач и то с неговите две допълнения, дефинирани в зависимост от това дали тя (продукцията) има веществен (субстанциален) или услугов характер. КАЧЕСТВОТО и по-точно

НЕГОВОТО РАВНИЩЕ

е

НЕЩО ОТНОСИТЕЛНО

.

“След направените разсъждения си струва да се подчертае, че качеството на продукцията и неговото равнище се създават в процеса на производство, но се установяват и реално оценяват в процеса на потребление. Оттук следва , че създателят на качеството и неговото равнище е производителят (в широкото разбиране на това понятие) на продукцията, но истинският техен оценител е потребителят.