

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

Володимир КЛАПЧУК
Любомир БІЛОУС

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ
У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
ГОСПОДАРСТВІ

Навчально-методичний посібник

Івано-Франківськ – 2013

УДК 338.46:64.018
ББК 65.44-Я73
К 47

*Рекомендовано до друку Вченою Радою
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника*

Рецензенти:

Ю.М. Лабій – д.т.н., професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

В.В. Насадюк – перший заступник директора Департаменту економіки Івано-Франківської обласної державної адміністрації;

Польова Л.В. – к.п.н., доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

Клапчук В.М., Білоус Л.Й.

К 47 Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві : Навчально-методичний посібник / В.М. Клапчук, Л.Й. Білоус. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 190 с.

У навчально-методичному посібнику викладено навчальну та робочу навчальні програми, лекційний матеріал з дисципліни «Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві», наводяться індивідуальні завдання для самостійної роботи студентів, тести та список рекомендованої літератури. Згідно з розробленою навчальною програмою, лекційний матеріал структуровано у 8 тем, що послідовно розкривають об'єкт-предметну сутність наукової дисципліни, дають уяву про управління якістю продукції та послуг у готельному, ресторанному та курортному господарствах.

Для студентів вищих навчальних закладів, які готуються працювати в сфері готельного, ресторанного та курортного господарств, викладачів вузів, а також всіх зацікавлених фахівців, які займаються сферою обслуговування та курортно-санаторною справою.

УДК 338.46:64.018
ББК 65.44-Я73

© В.М.Клапчук, Л.Й. Білоус, 2013
© «Фоліант», 2013

ЗМІСТ

<i>Передмова</i>	4
НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА	5
<i>Опис навчальної дисципліни</i>	13
<i>Структура навчальної дисципліни</i>	14
<i>Теми лабораторних занять</i>	15
<i>Самостійна робота студентів</i>	15
<i>Індивідуальні завдання</i>	16
<i>Методи навчання</i>	16
<i>Методи контролю</i>	18
<i>Шкала оцінювання: національна та ECTS</i>	18
ЛЕКЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ	20
Тема 1. Якість як об'єкт управління	20
Тема 2. Розвиток систем управління якістю	68
Тема 3. Загальна характеристика системи управління якістю (СУЯ) продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві	84
Тема 4. Процеси СУЯ продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві	93
Тема 5. Основні методи визначення якості продукції та послуг	117
Тема 6. Методика комплексної оцінки якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства	146
Тема 7. Вимоги до показників якості у готельно-ресторанному господарстві	154
Тема 8. Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства	163
<i>Запитання для підсумкового контролю</i>	175
<i>Тести</i>	176
<i>Список рекомендованої літератури</i>	187

ПЕРЕДМОВА

Навчальний курс розроблено для студентів напряму підготовки «Готельно-ресторанна справа» з метою вивчення основ управління якістю продукції і послуг у готельному і ресторанному господарствах.

Навчально-методичний посібник з дисципліни «Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві» підготовлено для спеціалізованої фахової підготовки студентів ВНЗ України, які навчаються за напрямом підготовки «Готельно-ресторанна справа». Мета курсу: сформувати в студентів, що опановують професію організаторів готельної, ресторанної та курортної справи, базовий рівень знань щодо управління якістю продукції та послуг у готельному, ресторанному та курортному господарствах.

Курс «Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві» розрахований на аудиторну і самостійну роботу студентів. З метою якіснішого засвоєння лекційного матеріалу, детальнішого розгляду ключових тем курсу та з урахуванням підготовки організаторів готельної і ресторанної справи 34 год. відведено на лекційні заняття.

Проміжний та підсумковий контроль якості знань та практичних умінь, набутих у процесі вивчення курсу «Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві», здійснюється шляхом проведення:

- біжучого оцінювання знань, набутих в процесі підготовки до лабораторних занять;*
- проміжного контрольного оцінювання;*
- підсумкового контролю набутих знань.*

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму підготовки 1401 «Сфера обслуговування».

Програма навчальної дисципліни складається з двох змістових модулів: «Наукові основи управління якістю послуг»; «Політика і цілі, мета і завдання у сфері якості послуг».

Мета вивчення дисципліни «Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві» – формування у студентів системи знань щодо організаційних, нормативно-правових питань управління якістю, створення і впровадження систем управління якістю (СУЯ), принципів ефективного їх функціонування, методів контролю та оцінювання рівня якості, умінь й навичок застосування загальнотеоретичних засад для розв’язання конкретних завдань щодо контролю, забезпечення, підвищення та управління якістю продукції і послуг готельно-ресторанного господарства. Студенти навчаються системно підходити до аналізу діяльності закладів готельного і ресторанного господарства, розвивають навички розв’язання проблем підвищення якості.

Програмою дисципліни передбачено оволодіння професійними знаннями, навичками та вміннями в галузі управління якістю в готельно-ресторанному господарстві.

Завданням дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів з наступних питань:

1. еволюція розвитку і сучасна філософія управління якістю, системи управління якістю;
2. процеси системи управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві;
3. науково-теоретична та методична база оцінювання якості продукції і послуг готельно-ресторанного господарства;
4. вимоги нормативної документації та фахової науки до складових діяльності закладів готельного й ресторанного господарства;
5. вимірювання та оцінювання якості продукції і послуг готельно-ресторанного господарства;
6. ефективність, отримавши статус «універсальної мови якості».

Основними завданнями дисципліни «Управління якістю продукції і послуг готельного і ресторанного господарства» передбачено вивчення *теоретичних основ* забезпечення та управління якістю в організаціях, що надають туристичні і готельні послуги, ознайомлення з підходами до розроблення та впровадження систем управління якістю, методами підтримання досягнутого рівня якості та забезпечення постійного поліпшення діяльності організації, а також проведення практичних робіт з визначення організаційної структури системи управління якістю, розроблення схеми процесів управління якістю та структури документації системи управління якістю на прикладі туристичного або готельного підприємства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

- історію створення та застосування міжнародних стандартів ІЗО серії 9000 у світі та в Україні;
- основні поняття в галузі управління якістю; принципи управління якістю;
- мету, політику та завдання організацій у сфері туристичних і готельних послуг;
- вимоги до документації системи управління якістю;
- роль компетентності та кваліфікації персоналу у досягненні високої якості послуг;
- вимоги до постійного поліпшення, ефективності та результативності діяльності організацій, що надають послуги; методи моніторингу якості послуг під час їх надання.

Студенти повинні **вміти** застосовувати набуті знання у практичній роботі, зокрема для розроблення та впровадження систем управління якістю за моделлю міжнародних стандартів ІСО 9000 в організаціях, що надають туристичні і готельні послуги, а також для визначення політики та цілей у сфері якості та розроблення комплексу документації системи управління якістю.

Дисципліна «Управління якістю продукції і послуг готельного і ресторанного господарства» тісно пов'язана з іншими навчальними дисциплінами, зокрема з курсом «Сертифікація та стандартизація готельних і туристичних послуг», і спрямована на формування менеджера туристичного і готельного бізнесу, який зможе забезпечити і поліпшити високу якість пропонованих послуг.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 180 год. (5,0 кредитів ЄКТС).

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Модуль 1. Наукові основи управління якістю послуг

Тема 1. Якість як об'єкт управління. Проблема якості продукції та послуг на сучасному етапі. Якість і розвиток науково-технічного й соціального прогресу. Основні терміни та визначення в галузі управління якістю. Поняття якості. Властивість, показник, параметр, показник якості продукції, процесу, послуги. Фактори, що впливають на якість. Формування якості продукції та послуг. Механізм управління якістю. Етапи розвитку управління якістю в ХХ ст. Сучасна філософія управління якістю. Системний підхід до управління якістю. Правові аспекти забезпечення якості продукції, послуг. Державний захист прав споживачів продукції та послуг в Україні.

Тема 2. Розвиток систем управління якістю. Вітчизняні системи управління якістю радянського періоду: бездефектного виготовлення продукції (БВП), бездефектної праці (СБП), система ЯНАРЗГІВ (якість, надійність, ресурс з перших виробів), наукової організації праці, виробництва та управління (НОПВУ), наукової організації робіт по забезпеченню моторесурсу (НОРМ), комплексна система управління якістю продукції (КС УЯП), комплексна система управління якістю продукції та ефективним використанням ресурсів (КС УЯП і ЕВР), комплексна система підвищення ефективності виробництва і якості роботи (КС ПЕВ і ЯР), система управління виробничим об'єднанням і промисловим підприємством на базі стандартів (СУ ВО і ПП).

Управління якістю в незалежній Україні. Використання сучасних методів менеджменту якості. Концепція загального (всеохоплюючого) управління якістю (ТОМ). Принципи ТОМ. Створення вітчизняних систем управління якістю на основі міжнародних стандартів 180 серії 9000. Державне регулювання і діяльність громадських організацій України в сфері якості. Національні стандарти ДСТУ 180 9001-2001, ДСТУ 180 9004-2001, Указ Президента «Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції», Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, робіт, послуг). Основні напрями діяльності Українського інституту якості (УІЯ), Української асоціації якості (УАЯ), Українського товариства якості (УТЯ), Українського

Міжнародного фонду якості, Академії якості, приватної організації «СЕРТИКОМ». Динаміка впровадження і сертифікація систем управління якістю відповідно до ДСТУ 180 9000 в Україні.

Досвід управління якістю в різних країнах світу: США, Японії, країнах Західної Європи, Азії та Африки. Система управління безпечністю харчових продуктів (НАССР). Загальні відомості.

Тема 3. Загальна характеристика системи управління якістю (СУЯ) продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві. СУЯ як механізм діяльності закладу готельно-ресторанного господарства у сфері управління якістю. Складові СУЯ (організаційна структура, методики процеси, ресурси). Документація СУЯ, її рівень. Настанови з якості. Політика закладу готельно-ресторанного господарства у сфері якості. Структура виробничо-торгових процесів закладів ресторанного господарства. Структура процесів діяльності готелів з розміщування та надавання тимчасового проживання. Структурно-функціональна схема процесів, необхідних для управління якістю продукції і послуг в готельно-ресторанному господарстві.

Процеси СУЯ на стадії маркетингових досліджень ринку готельних послуг і послуг харчування. Аналіз даних кон'юнктури й оцінювання якості своїх послуг порівняно з послугами конкурентів, визначення постійних і потенційних споживачів, попиту на готельно-ресторанні послуги, уточнення потреб і вимог споживачів до готельних послуг та послуг харчування. Рекламна діяльність.

Тема 4. Процеси СУЯ продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві. Процеси СУЯ на стадії проектування й розробки продукції та послуг готельно-ресторанного господарства. Аналіз вимог ринку і споживачів до продукції та послуг готельно-ресторанного господарства, їх перетворення в показники якості, по можливості в кількісну форму, чіткий опис технології виготовлення продукції та надання послуги, розробка технічних умов на продукцію та послуги тощо.

Процеси СУЯ на стадії розробки виробничих процесів і процесів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства та мешканців у готелі. Аналіз існуючого рівня організації робіт із забезпечення якості продукції та послуг, впровадження прогресивних виробничих процесів та процесів обслуговування, перевірка підготовленості та знань персоналу, встановлення критеріїв оцінки

виконання та якості робіт, розробка робочих інструкцій для виробничих операцій і процесу обслуговування.

Процеси СУЯ на стадії матеріально-технічного забезпечення діяльності закладу готельно-ресторанного господарства (визначення вимог документації і замовлень на постачання матеріально-технічних ресурсів, вибір постачальників, аналіз даних щодо претензій до постачальників стосовно виконання договірних зобов'язань тощо).

Процеси СУЯ на стадії виробництва кулінарної продукції та надання готельних послуг і послуг харчування. Контроль за діяльністю виробничого та обслуговуючого персоналу, стану дотримання вимог нормативної документації до виготовлення кулінарної продукції та обслуговування, планування та організація робіт з управління процесами технічного контролю, впровадження й аналіз ефективності функціонування економічних і неекономічних методів управління якістю послуг харчування та готельних послуг, здійснення заходів щодо стимулювання персоналу в забезпеченні належної якості продукції та послуг).

Процеси СУЯ на стадії контролю якості продукції та послуг. Особливості контролю якості та послуг в закладах готельно-ресторанного господарства. Оформлення протоколів, аналіз даних вхідного контролю якості матеріально-технічних ресурсів закладу, аналіз контролю дотримання технологічної дисципліни, контролю та нагляду за виробництвом і процесом обслуговування, систематичний аналіз рекламаций зовнішніх і між різними службами готельно-ресторанного комплексу, розробка пропозицій із забезпечення та підвищення якості роботи закладу готельно-ресторанного господарства.

Організаційна структура та особливості функціонування харчових лабораторій в системі ресторанного господарства за ринкових умов. Роль і участь працівників лабораторій у заходах з підвищення якості продукції. Конференції споживачів, конкурси і майстер-класи виробників продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.

Змістовий модуль 2 Політика і цілі у сфері якості

Тема 5. Основні методи визначення якості продукції та послуг. Номенклатура і класифікація показників якості кулінарної продукції, готельних послуг та послуг харчування. Рекомендації щодо формування системи показників якості продукції та послуг.

Статистичні методи управління якістю продукції та послуг. Контрольні листки дефектів, діаграма Парето, причинно-наслідкова

діаграма Ісікави, метод контрольних карток, діаграма розподілу параметрів, діаграма розсіювання, графіки, лінійні, стовбчасті, кругові діаграми, метод шести сігм.

Кваліметричні методи оцінювання якості продукції та послуг. Диференційний і комплексний методи оцінювання. Принципи кваліметрії. Етапи алгоритму кількісної комплексної оцінки якості продукції та послуг.

Тема 6. Методика комплексної оцінки якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства. Розробка ієрархічної структури комплексного показника якості кулінарної продукції, послуг харчування і готельних послуг. Методи визначення значень показників властивостей продукції та послуг (хімічні, фізичні, фізико-хімічні, мікробіологічні). Органолептичні (дегустаційні) методи визначення показників якості кулінарної продукції. Соціологічні та експертні методи визначення показників якості. Розрахункові методи. Експрес-методи, арбітражні та методи визначення фальсифікації продукції ресторанного господарства.

Оцінювання абсолютних значень показників. Використання функції бажаності Харрінгтона для оцінювання абсолютних значень показників якості. Значущість показників якості. Методи визначення коефіцієнтів вагомості показників якості. Математичні моделі об'єднання одиничних показників у комплексний показник якості. Особливості використання адитивного і мультиплікативного методу узагальнення одиничних оцінок якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.

Тема 7. Вимоги до показників якості у готельно-ресторанному господарстві. Вимоги нормативної документації до продукції ресторанного господарства. Кваліфікаційні вимоги до виробничого та обслуговуючого персоналу готельно-ресторанного господарства. Вимоги до організації роботи закладів ресторанного господарства різних видів і класу. Вимоги до готелів різних категорій (облаштування території, зовнішні елементи благоустрою, устаткування та меблі приміщень різного функціонального призначення, загальне технічне устаткування, номерний фонд та його технічне оснащення, санітарне устаткування тощо).

Тема 8. Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства. Розробка ієрархічної структури комплексного показника харчової цінності кулінарної продукції, кваліфікаційного рівня обслуговуючого персоналу готельно-ресторанного господарства, процесу обслуговування, загального рівня надання послуг закладу готельного і ресторанного господарства. Визначення вагомості показників різного рівня угруповань у структурі комплексного показника якості. Конкретизація методів визначення одиничних та узагальнених показників якості продукції і послуг готельно-ресторанного господарства. Вибір базових значень для оцінювання одиничних показників якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.

Розрахунок комплексної кількісної оцінки раціонів харчування щодо забезпечення фізіологічних потреб у харчових речовинах різних груп споживачів, збереження харчової цінності сировинного набору при приготуванні страв, сервірування столу в ресторані, рівня надання послуги харчування, рівня надання готельних послуг. Аналіз одержаних результатів і рекомендації щодо підвищення якості та управління діяльністю закладу.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінка якості. Терміни та визначення.
2. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення.
3. ДСТУ 4161:2003. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги.
4. ДСТУ 180 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник.
5. ДСТУ 180 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги.
6. ДСТУ ІЗО 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності.
7. Бурчакова М.А. Управление качеством / М.А. Бурчакова, М.Ф. Мизинцева. – М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2004. – 176 с.
8. Гиссин В.И. Управление качеством иродукции : учеб. пособие / В.И. Гиссин. – Ростов н/Д, 2003. – 396 с.
9. Джордж С. Всеобщее управление качеством: стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях (ТСиМ) / С. Джордж, А. Ваймерских. – СПб. : Виктория плюс, 2002. – 256 с.
10. Управление качеством / [С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др.]. – М. : Юнити-Дана, 2004. – 334 с.

11. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики / В.Ю. Огвоздин. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 160 с.
12. Топольник В.Г. Управління якістю продукції і послуг ресторанного господарства : навч. посіб. / В.Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 182 с.
13. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства : навч. посіб. / В.Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 174 с.
14. Топольник В.Г. Квалиметрия в ресторанном хозяйстве : монография / В.Г. Топольник, А.С. Ратушний. – Донецк : ДонНУЗТ, 2008. – 243 с.
15. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник / М.І. Шаповал. – К. : Знання, 2007. – 471 с.

Форма підсумкового контролю успішності навчання: поточне оцінювання знань студентів за результатами тестового та усного опитування опитування, написання контрольної роботи як виконання підсумкового контролю після вивчення програм змістового першого та другого модулів, виконання інспекційної контрольної роботи, а також виконання індивідуального науково-дослідного завдання яке виконується в рамках тем рефератів загальним обсягом 10–12 сторінок з обов'язковим самостійним творчим підходом. Підсумковий контроль практичних та теоретичних знань – іспит.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів –5,0	Галузь знань 1401 «Сфера обслуговування»	Нормативна (за вибором)	
	Напрямок підготовки 6.140101 «готельно-ресторанна справа»		
Модулів – 1	Спеціальність (професійне спрямування): 6.14010101 «готельно-ресторанна справа»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання /– Система та принципи управління якістю в ГРС		Семестр	
Загальна кількість годин – 180		7-й	8-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: 3 аудиторних – 68 самостійної роботи студента – 112	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	34 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		0 год.	0 год.
		Лабораторні	
		34 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		94 год.	146 год.
		Індивідуальні завдання: 20 год.	
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 1/1,5; для заочної форми навчання – 1/9.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Лекційні заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Індивідуальна робота	Самостійна робота		Лекційні заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Індивідуальна робота	Самостійна робота
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Наукові основи управління якістю послуг												
Тема 1. Якість як об'єкт управління	21	4	0	4	0	13	20	1	0	1	0	18
Тема 2. Розвиток систем управління якістю	18	2	0	2	0	14	20	1	0	1	0	18
Тема 3. Загальна характеристика системи управління якістю продукції та послуг в ГРС	21	4	0	4	0	13	18	1	0	1	0	16
Тема 4. Процеси СУЯ продукції та послуг у ГРС	18	2	0	2	0	14	18	1	0	0	0	17
Тема 5. Основні методи визначення якості продукції та послуг	16	2	0	2	0	12	18	1	0	0	0	17
Разом за змістовим модулем 1	94	14	0	14	0	66	94	5	0	3	0	86
Змістовий модуль 2. Політика і цілі у сфері якості												
Тема 1. Методика комплексної оцінки якості продукції та послуг в ГРС	28	6	0	6	0	16	28	1	0	1	0	26
Тема 2. Вимоги до показників якості у ГРС	28	6	0	6	0	16	28	1	0	1	0	26
Тема 3. Оцінка якості продукції та послуг ГРС	30	8	0	8	0	14	30	3	0	1	0	26
Разом за змістовим модулем 2	86	20	0	20	0	46	86	5	0	3	0	78
Усього годин	180	34	0	34	0	112	180	10	0	6	0	164

Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Управління якістю – функція загального менеджменту сфери послуг	4	
2	Принципи управління якістю надання послуг	2	
3	Модель системи управління якістю за міжнародними стандартами ISO 9000	4	
4	Політика і цілі у сфері якості послуг	2	
5	Обов'язкова документація в системі управління якісті послуг	2	
6	Роль вищого керівництва у досягненні та підтриманні високого рівня якості послуг	4	
7	Визначення потреб та очікувань споживачів послуг та інших зацікавлених сторін	4	
8	Ресурси, необхідні для забезпечення високої якості послуг	4	
9	Оптимізація організаційної структури підприємства, схема процесів надання послуг	4	
10	Методи постійного поліпшення якості послуг.	4	
Всього		34	

Самостійна робота студентів

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Зовнішні документи системи управління якістю	10	20
2	Законодавчі та нормативні вимоги туристичних і готельних послуг	20	24
3	Внутрішні документи системи управління якістю	10	15
4	Кодекс поведінки персоналу	10	15
5	Реєстрація даних про якість та управління протоколами якості	10	15
6	Положення про служби, посадові інструкції персоналу	10	15
7	Системний підхід до управління	10	15
8	Орієнтація на замовника	10	15
9	Показники поліпшення діяльності підприємства, що надає послуги	12	15
10	Політика і цілі у сфері якості	10	15
Разом		112	164

Індивідуальні завдання

1. Історія розвитку систем управління якістю.
2. Основні поняття управління якістю.
3. Загальна характеристика принципів управління якістю.
4. Орієнтація на замовника.
5. Принцип лідерства.
6. Залучення працівників до управління якістю.
7. Процесний підхід до управління якістю.
8. Системний підхід до управління .
9. Принцип постійного поліпшення управління якістю.
10. Принцип прийняття рішень на підставі фактів.
11. Взаємовигідні стосунки з постачальниками та партнерами.
12. Політика у сфері якості.
13. Цілі у сфері якості.
14. Доведення політики та цілей у сфері якості до працівників усіх рівнів на підприємстві.
15. Показники поліпшення діяльності підприємства, що надає послуги.
16. Структура документації системи управління якістю підприємства сфери туристичних та готельних послуг.
17. Настанова з якості як основний документ системи управління якістю послуг.
18. Кодекс поведінки персоналу.
19. Внутрішні документи системи управління якістю.
20. Зовнішні документи системи управління якістю.
21. Законодавчі та нормативні вимоги туристичних і готельних послуг.
22. Обов'язкові методики системи управління якістю.
23. Методики (технологічні інструкції) виконання конкретних видів послуг на підприємстві.
24. Положення про служби, посадові інструкції персоналу.
25. Реєстрація даних про якість та управління протоколами якості.

Методи навчання

1. Група методів організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:
 - 1.1. Підгрупа за джерелом передачі навчальної інформації:
 - словесні методи – розповідь-пояснення, бесіда, лекцію;
 - наочні методи – ілюстрація, демонстрація.

1.2. Підгрупа за логікою передачі та сприймання навчальної інформації:

- Індуктивні методи. Втілюються за принципом: від часткового до загального, від конкретного до абстрактного.
- Дедуктивний метод активніше розвиває абстрактне мислення, сприяє засвоєнню навчального матеріалу на основі узагальнень.

1.3. Підгрупа за ступенем самостійного мислення студентів у процесі оволодіння знаннями, формуванням умінь і навичок:

- репродуктивні методи – відтворена репродукція як засіб повторення готових зразків або робота за готовими зразками;
- творчі, проблемно-пошукові методи визначають порівняно вищий щабель процесу навчання, особливо там, де він організований на вищому, ніж у масовій школі, рівні.

1.4. Підгрупа за ступенем керівництва навчальною роботою:

- навчальна робота під керівництвом викладача – самостійна робота в аудиторії;
- самостійна робота студентів поза контролем викладача – самостійна робота вдома.

2. Група методів стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

2.1. Підгрупа методів стимулювання інтересу до навчання:

- створення ситуації інтересу при викладанні того чи іншого матеріалу (використання пізнавальних ігор, цікавих пригод);
- пізнавальні ігри як метод для стимулювання та формування інтересу до знань (вікторини тощо);
- навчальні дискусії як інтерес до предмету;
- аналіз життєвих ситуацій як метод застосування теоретичних знань на практиці.

2.2. Підгрупа методів стимулювання обов'язку й відповідальності:

- роз'яснення мети навчального предмета – метод стимулювання, основним правилом якого є: «Це згодиться в житті», «Без цього не можна бути освіченою та культурною людиною»;
- вимоги до вивчення предмета (орфографічні, дисциплінарні, організаційно-педагогічні). Їх виконання привчає студентів до дисциплінованості, що є головним у використанні цих методів, хоча даний аспект вивчено в дидактиці недостатньо;

3. Група методів контролю, самоконтролю, взаємоконтролю, корекції та взаємокорекції:

- соціальні, пов'язані з готовністю брати на себе відповідальність, бути активним у прийнятті рішень у суспільному житті, у врегулюванні конфліктів ненасильницьким шляхом, у функціонуванні й розвитку демократичних інститутів суспільства;
- комунікативні – передбачають опанування важливого в роботі та суспільному житті усного й писемного спілкування, оволодіння кількома мовами;
- інформаційні, зумовлені зростанням ролі інформації в сучасному суспільстві та передбачають оволодіння інформаційними технологіями, уміннями здобувати, критично осмислювати та використовувати різноманітну інформацію;
- саморозвитку та самоосвіти, пов'язані з потребою та готовністю постійно навчатися як у професійному відношенні, так і в особистому та суспільному житті;
- компетенції, що реалізуються у прагненні та здатності до раціональної продуктивної, творчої діяльності.

4. Група бінарних, інтегрованих (універсальних) методів навчання:

- бінарні – подвійні, коли метод і форма зливаються в єдине ціле або два методи поєднуються в один;
- інтегровані (універсальні) – це поєднання трьох-п'яти методів у єдине ціле під час організації навчання.

Методи контролю

- 1) усне опитування на семінарських заняттях;
- 2) письмові контрольні роботи;
- 3) індивідуальні завдання;
- 4) письмові екзаменаційні завдання та усне опитування.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
80 – 89	B	добре	
70 – 79	C		
60 – 69	D	задовільно	
50 – 59	E		

26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ЛЕКЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ

Тема 1. ЯКІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Питання для розгляду:

1. Історія виникнення систем управління якістю.
2. Проблема якості продукції та послуг на сучасному етапі.
3. Якість і розвиток науково-технічного й соціального прогресу.
4. Основні терміни та визначення в галузі управління якістю.
5. Поняття якості. Властивість, показник, параметр, показник якості продукції, процесу, послуги.
6. Фактори, що впливають на якість. Формування якості продукції та послуг.
7. Механізм управління якістю.
8. Етапи розвитку управління якістю в ХХ ст.
9. Сучасна філософія управління якістю.
10. Системний підхід до управління якістю.
11. Правові аспекти забезпечення якості продукції, послуг.
12. Державний захист прав споживачів продукції та послуг в Україні.

1. Історія виникнення систем управління якістю

Контроль якості виник одночасно з переходом людства від збирання до виробництва продукції (тисячі років до н.е.). На той час якість контролював виробник. Промислова революція викликала необхідність розподілити функції виробництва та контролю якості. Так функція контролю якості перейшла від виробника до керівника виробничим процесом, це збереглося і до сьогодні.

Якість можна визначити як :

- задоволення сьогоденних потреб споживача;
- ступінь передбачення майбутніх потреб споживача;
- дотримання регламентованих технічних умов споживача;
- ступінь відповідності (чи досягнення) мети.

Забезпечення якості – це така система роботи в організації, яка гарантує:

- ефективне управління роботою;
- виявлення, вилучення та запобігання можливих невідповідностей на всіх етапах виробництва.

Основна філософія забезпечення якості – направлення всіх наявних ресурсів на «запобігання» невідповідностей, на «передбачення» та «попередження» виникнення проблем, ще до їх появи .

Цей підхід принципово відрізняється від традиційного управління якістю, коли проводиться контроль кінцевої продукції чи послуги на наявність невідповідностей.

Основні вимоги до забезпечення якості;

- прийняття необхідних зобов'язань перед замовниками (споживачами) та власним персоналом;
- встановлення ясних та досяжних цілей;
- наявність задокументованої системи управління якістю та задокументованих розроблених процедур та методик реалізації;
- наявність систематичного ефективного аналізу.

Основні переваги, які досягаються при організації системи забезпечення якості, наступні:

- більша довіра замовника до якості послуг;
- більш стабільна постійна якість послуг;
- економічна ефективність виробництва (економія витрат часу, зменшення кількості забракованої продукції чи відповідних послуг);
- зменшення витрат на рекламації споживача, сервісне обслуговування, дотримання термінів поставок та ін.;
- значне поліпшення психологічного клімату в колективі, професійної впевненості працюючих за рахунок відсутності невизначеностей у відповідальності за якість в технології, процесах, методиках і т.д.;
- оптимальне використання ресурсів.

З урахуванням сучасних філософських поглядів можна дати таке визначення категорії «якість»: це об'єктивна, суттєва відносно стійка внутрішня визначеність цілісності предметів і явищ, а також специфічних груп предметів, колективів, систем, абстрактних уявлень.

Якщо філософське визначення якості розповсюджується на матеріальний світ і охоплює усю сукупність властивостей продукції, то те визначення якості, яке подають чинні нормативні та методичні документи, визначення якості як сукупності властивостей і характеристик продукції або послуг, які відносяться до їх здатності

задовольняти встановлені вимоги, орієнтовано тільки на його застосування по відношенню до продукції або послуг.

Якість стала одним з головних факторів забезпечення конкурентоздатності продукції та послуг розвинених країн світу. Це вимагало введення: єдиних законодавчих вимог; єдиних стандартів; єдиних процесів перевірки для того, щоб переконатися, що продукція (послуги) фірми відповідає вимогам ринку.

Розвиток контролю якості розпочався у 1920-х рр. Тоді методику перевірки якості було значно покращено за допомогою застосування методів статистики. Точкою відліку стали роботи, які були виконані у відділі технічного контролю американської фірми «Western Electric». Співробітник цього відділу доктор Уолтер Е. Шухарт запропонував новий підхід до управління якістю, який базується на статистичному аналізі процесів виробництва. Це була революційна ідея, причому настільки серйозна і глибока, що вона почала змінювати економіку компаній розвинених країн світу. У другій половині 20 ст. світ вступив у період переоцінки цінностей, коли кількісні показники у багатьох сферах життя поступилися місцем якісним.

Бурхливий розвиток управління якістю розпочався у 1950 р.: доктор Едвард Демінг із США був запрошений Японським Союзом Вчених та Інженерів (JUSE) взяти участь у програмі відновлення японської промисловості. Було розроблено програму, основною ідеєю якої було: «Основа якості продукції – якість праці і якісний менеджмент на усіх рівнях, тобто такий рівень організації праці колективу людей, при якому кожен працівник одержує задоволення від своєї роботи». Е. Демінг закликав японців застосовувати до вирішення проблем системний підхід. Пізніше цей підхід став відомий як «цикл Демінга» або PDCA (Plan, Do, Check, Act) – Плануй, Здійснюй, Перевіряй, Дій. Доктор Е. Демінг, як послідовник теорії У. Шухарта, розробив більш тонкі статистичні методи: за допомогою визначення розподілу невідповідностей і їх мінімізації йому вдалося скоротити затрати на виявлення дефектів. В основу менеджменту японських підприємств було покладено парадигму, яка базувалася головним чином не на удосконаленні тільки виробничих процесів, а на удосконаленні системи менеджменту в цілому, на безпосередній участі вищого керівництва компаній у проблемах якості, навчання усіх співробітників компаній зверху донизу основним методам забезпечення якості, наголосі на мотивацію співробітників на високоякісну працю.

Не можна не згадати про доктора Джозефа Джурана, не менш знаменитого, ніж Е. Демінг, американського фахівця у сфері якості, академіка Міжнародної академії якості. У 1951 р. вийшла його книга «Довідник з управління якістю», з якої бере свій початок поняття «управління якістю». На думку Д. Джурана базова концепція організації, яка працює в умовах системи менеджменту якістю, повинна впливати на процеси, а не на його результати.

До середини 1970-х рр. у європейських країнах управління якістю зводилося до контролю якості продукції.

Однак підготовка країн Європи до створення загальноєвропейського ринку, вироблення однакових вимог і процедур, здатних забезпечити ефективний обмін товарами і послугами, вимагала також почати розробку заходів у сфері управління якістю продукції та послуг.

Вже у 1980-х рр. спостерігається рух до високої якості продукції та послуг, а також до вдосконалення самого забезпечення якості.

Імпульсом для розвитку стандартизації у світі стало перетворення капіталізму вільної конкуренції в монополістичний. Швидкими темпами стала утверджуватися стандартизація в концернах. Успіхи в розвитку техніки і концентрації виробництва в кінці 19 – на початку 20 ст. зумовили прагнення найбільш економічно розвинених країн регламентувати національну стандартизацію. Це супроводжувалося створенням національних і міжнародних організацій із стандартизації. У 1901 р. було створено Комітет стандартів в Англії. На кінець 20-х років 20 ст. об'єктивна необхідність призвела до створення подібних організацій у більшості розвинених країн Західної Європи і Америки. У 1928 р. у Празі було засновано ISA – Міжнародна асоціація національних органів зі стандартизації, яку у 1946 р. було перетворено в ISO – Міжнародну організацію зі стандартизації (International Organization for Standardization).

Основним завданням ISO є підтримка розробки міжнародних стандартів, тестування і сертифікації, спрямованих на розвиток міжнародної торгівлі якісними продуктами та послугами. Ця організація об'єднує біля 150 країн, з 2004 р. Україна також входить до ISO. За даними Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) у світі сертифіковано понад 600 тисяч систем менеджменту якістю. Кількість сертифікованих систем менеджменту якістю в Італії охоплює близько 100000 підприємств і організацій, у Великій Британії – більше 45000, Німеччині – близько 25000, Франції – більше 15000.

Міжнародною організацією зі стандартизації розроблено ряд універсальних міжнародних стандартів серії 9000, що визначають систему управління якістю. Використання міжнародних стандартів (МС) ISO серії 9000 дозволяє організації досягти таких переваг: краще розуміння і узгодженість діяльності у сфері якості у всій організації; гарантії постійного використання системи якості для управління в цілому; удосконалення системи документації; підвищення розуміння у персоналу аспектів якості; підвищення продуктивності праці, а, отже, зниження затрат; створення фундаменту для постійного удосконалення діяльності.

В Україні запроваджено міжнародні стандарти ISO серії 9000 як національні (ДСТУ ISO 9000:2001, ДСТУ ISO 9001:2001 та інші).

Система управління якістю базується на засобах реалізації управління видами діяльності, які впливають на досягнення якості і, таким чином, на задоволенні потреб споживачів та на встановленій методології керівництва всіма факторами, що зможуть впливати на якість. Ця система повинна включати:

- встановлення цілей;
- чітку організаційну структуру;
- чіткий розподіл і затвердження обов'язків;
- розроблені та затверджені процедури (методики) і процеси на всі можливі види діяльності, що реалізуються у виробництві товару чи послуги;
- встановлені вимоги до кваліфікації та періодичної підготовки персоналу;
- розроблені і затверджені стандарти, технічні умови, конструкції і т.д.

Ефективність управління якістю значною мірою залежить від відношень культурного характеру на робочих місцях. Дуже важливо, щоб всі працівники сприймали першочергову потребу досягнення якості. Доказом для споживача наявності ефективної системи якості є її сертифікація з боку незалежної уповноваженої організації (третьої сторони).

Поняття «якості» та «забезпечення якості» не повинні змішуватись з поняттям «контроль якості», що визначається як діяльність, що полягає в вимірюваннях, огляді, випробуваннях чи співставленні з деяким еталоном однієї чи декількох характеристик одиниці та в порівнянні результатів з вимогами, зазначеними по кожній з характеристик для визначення досягнення відповідності заданих

характеристик прийнятим вимогам. Так контроль якості – це технічна процедура, мета якої – перевірка (кінцева на даному етапі) відповідності технічним умовам. В той час як забезпечення якості полягає в попередній організації з метою надання, за необхідністю, доказів і доведень в майбутньому.

Впровадження системи управління якістю, введення ефективних коригуючих та запобіжних дій, моніторинг параметрів якості – економічно ефективніші, ніж проведення вихідного контролю невідповідностей, ліквідація наслідків невідповідностей для замовників та суспільства взагалі, організація системи витрат на соціальні негаразди в колективі лабораторії, що виникають завдяки нерегламентованій роботі, ліквідація невідповідальності перед внутрішніми замовниками за результати роботи .

Якщо керівництво підприємства дійсно бажає задовольняти вимоги свого замовника, то треба, щоб між ними встановилися відносини справжньої довіри. Цього можливо досягти лише завдяки впровадженню системи управління якістю, яка б забезпечила сталу якість послуг, що пропонуються.

2. Процесний підхід як основа підвищення ефективності функціонування організації. Система управління якістю

Стандарти ISO серії 9000, про які 90 % споживачів знають і чують щоденно, рекомендують підприємствам «стандартні» вимоги, розраховані на те, щоб надати замовникам відповідну рівню розвитку суспільства довіру до якості організації роботи в цих підприємствах, включаючи якість організації виробничого процесу. Ці «стандартні» міжнародно визнані вимоги постійно корегуються (див. для порівняння ISO 9001 чи 9002 на системи якості та нову версію стандарту ISO 9001 на системи управління якістю) у відповідності з досягнутим рівнем розвитку суспільства.

Підприємство, що отримало сертифікат на систему управління якістю, наприклад, за ISO 9001:2000 отримало, таким чином, визнання третьої сторони в тому, що його організація управління відповідає міжнародне визначеним вимогам, встановленим в 2000 році. Стандартом ISO 9000:2001 визначено вісім принципів, які сприяють досягненню цілей у сфері якості. Одним з цих принципів є процесний підхід, який полягає у таких твердженнях:

усі види діяльності описуються у вигляді взаємопов'язаних процесів; визначення ключових процесів; управління ресурсами як

результативним процесом; більш ефективно досягнення бажаних результатів;

можливість використання інформаційних технологій для своєчасного прийняття управлінських рішень.

Концептуальною основою стандарту ISO 9000 є те, що організація створює, забезпечує та покращує якість продукції або послуг за допомогою взаємопов'язаних процесів, які повинні постійно аналізуватися та удосконалюватися.

Тут доцільно подати визначення процесу. Будь-яку діяльність або комплекс видів діяльності, які використовують ресурси для перетворення входів на виходи, можна розглядати як процес. Для ефективного функціонування організація має визначити взаємопов'язані та взаємодіючі процеси та управляти ними.

Кожний процес, перетворюючи деякий об'єкт праці, має вхід і вихід.

Входом процесу може бути продукція або послуга (матеріальна і нематеріальна).

Вихід – це продукція або послуга, матеріальна і нематеріальна, яка є результатом процесу. Виходом процесу може бути, наприклад, документ, програмний продукт, хімічна речовина, банківська послуга, медичне обладнання або якась проміжна продукція або послуга.

Один процес може виконуватися у різних структурних підрозділах, що спільно впливають на досягнення спільної мети (формування спільних виходів).

Часто вихід одного процесу безпосередньо є входом іншого процесу.

Систематичне визначення процесів та їх взаємодії в організації, а також управління ними називають процесним підходом. В останні десять років панує теза: «Основна проблема організацій – виникнення організаційних бар'єрів та лавиноподібне втрачання цінності може бути подолана завдяки впровадженню процесного підходу».

Під час визначення процесів надзвичайно важливо виявити усіх споживачів процесу (зовнішніх і внутрішніх), узгодити вимоги споживачів, визначити критерії процесу (ефективність, результативність, цінність).

Для забезпечення правильного управління процесами, організації взаємодії між процесами ISO 9000 передбачає, що у кожного процесу повинен бути власник – особа, яка відповідає за цей процес. Власник процесу повинен забезпечувати однозначне розуміння всіма

учасниками процесу їх відповідальності і повноважень, повинен організувати взаємодію під час вирішення проблем, які охоплюють декілька структурних підрозділів організації.

Загальне управління якістю здійснюється за допомогою системи управління якістю. Системи управління якістю – це сукупність структури і процедур, процесів і ресурсів, необхідних для реалізації управління якістю. Вона повинна бути складовою частиною системою управління організації і має створювати у керівництва організації та/або споживача впевненість у тому, що продукція або послуга буде відповідати встановленим вимогам до її якості. При цьому масштаб системи якості повинен відповідати завданням організації в галузі якості (політики у галузі якості).

3. Впровадження міжнародних стандартів ISO серії 9000 в Україні

В Україні системи управління якістю сертифікували понад 700 підприємств та організацій.

Громадський рух за якість в Україні було започатковано у 1989 р. одночасно зі створенням першої у колишньому СРСР національної неурядової громадської організації у сфері якості – Української асоціації якості.

Сьогодні Українська асоціація якості, яка є лідером громадського руху за якість в Україні, об'єднує 450 провідних підприємств з усіх регіонів України та близько 1000 фахівців з якості з різних країн. За ініціативи та за участю цього об'єднання в Україні відбуваються процеси формування нової філософії якості

Політику та стратегію Української асоціації якості на практиці реалізують її провідні професійні організації – Міжгалузевий центр якості «ПРИРОСТ» (заснований у 1991 р.) та Компанія професіоналів якості «СИСТЕМИ» (заснована у 2003 р.). Міжгалузевий центр якості (МЦЯ) «ПРИРОСТ» призначено головною організацією Української асоціації якості з підтвердження відповідності. На цей час на базі МЦЯ «ПРИРОСТ» функціонує Орган сертифікації систем менеджменту (ОС «ПРИРОСТ»).

До складу Компанії професіоналів якості «СИСТЕМИ» входить Центр підготовки персоналу «ПРИРОСТ-Академія», яка здійснює навчання фахівців за програмами курсів Європейської організації якості (ЕОQ). Головною організацією Компанії є Центр систем якості «Приріст-Система», яка надає методичну та практичну допомогу

державним, громадським і комерційним організаціям різних галузей з удосконалення систем менеджменту.

До Української асоціації якості входить також Клуб лідерів якості України. Клуб лідерів якості України було засновано у 1998 р. за ініціативи 18 компаній-призерів Українського національного конкурсу якості. Мета Клубу – поширювати в Україні ідеї Загального Управління Якістю (Total Quality Management), формувати позитивну думку про вітчизняні підприємства, які стали на шлях постійних удосконалень, та забезпечують свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках, покращуючи на міжнародному рівні імідж нашої держави.

Сьогодні цей елітний Клуб об'єднує близько 50 кращих українських підприємств, які мають статус призерів Українського національного конкурсу якості. Метою цього конкурсу є не просто визначити нагороди, а сприяти українським компаніям у поступовому і безперервному вдосконаленні на основі самооцінки та опанування найсучаснішого європейського і світового досвіду.

Клуб лідерів якості України зростає і розвивається. Останнім часом його членами стали не тільки кращі бізнесові структури, але й державні організації, органи місцевого самоврядування та державної влади (Головне управління державної служби України, Виконавчий комітет Славутицької міської ради (Київська область), Виконавчий комітет Чернівецької міської ради, Виконавчий комітет Української міської ради (Київська область) та інші).

4. Проблема якості продукції та послуг на сучасному етапі

В даний час індустрія туризму є однією з найбільших форм міжнародної торгівлі, що розвиваються досить динамічно. У останні 20 років середньорічні темпи росту числа приїжджих іноземних туристів у світі склали 5,1 %, валютних надходжень – 14 %. Відповідно до даних всесвітньої туристичної організації, у 2003 р. у світі було зареєстровано 776 млн приїжджих туристів, а надходження від міжнародного туризму досягло 572 млрд. доларів (без обліку надходжень від міжнародного транспорту). У цілому об'єми валютних надходжень від туризму за період із 1950 по 2000 рр. зросли у 149 раз.

Тим часом, готельне господарство стає все більш прибутковою справою, і будівництво готелів здійснюється переважно з урахуванням комерційних цілей. Такому рішенню сприяє розвиток туризму. Готельний бізнес і туристський бізнес нерозривно зв'язані поняття.

Розвиток туристської індустрії викликав небачений зріст готельного господарства. У зв'язку з цим багато країн почали вкладати великі кошти у розвиток цієї галузі економіки. Отже з точки зору бізнесу готель є комерційним виробництвом, яке пропонує на ринку свій товарний продукт у вигляді послуги (комплексу послуг). Армію туристів обслуговують сотні тисяч готельних робітників. У багатьох країнах готельне господарство стає однією з найважливіших сфер заняття населення.

Як розвиток туризму викликав розширення готельної справи, так і використання готельних і туристських комплексів сьогодні сприяє розвитку іноземного туризму у свою чергу, а також розширенню спілкування між людьми, розвитку культурних зв'язків, зближенню народів.

У теперішній час готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і являє собою галузь економіки, яка забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельно-ресторанні послуги займають величезну нішу в індустрії туризму, і саме вони безпосередньо впливають за сукупну якість туристичних послуг.

Індустрія розміщення туристів – невід'ємна частина туристської індустрії. Готель є складовою частиною індустрії гостинності. Дамо визначення термінові «готель». Готель може бути визначений як комерційне підприємство, основною задачею якого є надання туристам послуг по розміщенню і харчуванню, а також надання в оренду конференц-залів.

5. Поняття послуги та її відмінність від товару

Історично економісти намагалися з'ясувати сутність послуг та їхню роль, виходячи з різних аспектів. Часто послуга визначалась як щось невідчутне, невидиме, те, що не є предметом торгівлі, або як категорія, котру неможливо пояснити і котра охоплює майже все, в той час як товари – відчутні, видимі, постійні і ними можна торгувати.

Але за такого визначення поняття «послуга» виникає низка проблем: по-перше, є товари, які також невідчутні й невидимі (наприклад, електронні програми); по-друге, це визначення не робить різниці між ефектом послуги і процесом її виробництва; послуга може бути і видимою (наприклад, вистава), але її ефект тимчасовий; по-третє, це визначення наголошує на фізичних відмінностях, проте не висвітлює економічні аспекти послуг і того, як вони виробляються і

продаються. Деякі економісти доводять, що адекватне визначення послуги має відрізнити процес виробництва послуги і послугу як продукт. Виходячи з цього економіст Гілл (1977) запропонував своє визначення послуги: послуга – це зміна умов належності особи або товару будь-якому економічному суб'єктові, яка впливає з діяльності іншого економічного суб'єкта зі згоди першого.

Гілл вирізняє два важливі аспекти послуг:

1. Вони не можуть передаватися далі;
2. Надання послуг потребує діяльності однієї особи для іншої.

Послуга – це будь-який захід, або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які, в основному, невідчутні і не призводять до привласнення чого-небудь. Виробництво послуг може або не може бути пов'язаним з товаром в його матеріальному вигляді.

Треба зазначити, що за останні роки сфера послуг зростає дуже швидкими темпами. Перерозподіл на ринку праці, зменшення використання праці у виробництві товарів збільшили невиробничу сферу, до якої можна віднести і ринок послуг. Крім того стрімко зростає обсяг бізнесових послуг у зв'язку з тим, що бізнес стає більш ускладненим, спеціалізованим і конкурентним.

Дуже важливим є визначення особливостей послуг. Треба зазначити, що послуги містять ознаки, які суттєво відрізняють їх від товарів. До них треба віднести: невідчутність послуги, непостійність її якості, невіддільність, неможливість збереження, а також гнучкість попиту на послугу.

Виходячи із вище зазначених особливостей існує суттєва різниця між товарами та послугами. Однак, на сьогоднішній момент іноді буває досить проблематично відрізнити послугу від товару, оскільки більшість продуктів супроводжується послугами, а послуги в свою чергу вимагають супроводжувальних товарів. Зрозуміло, що виникають суперечки стосовно існування маркетингу послуг як окремого напрям, який би відрізнявся від маркетингу звичайних товарів.

Класифікація послуг становить досить серйозну проблему, що розв'язується в різний спосіб. Наприклад, у країнах ОЕСР і публікаціях ЮНКТАД послуги поділені на п'ять категорій:

- фінансові;
- інформаційні (комунікаційні);
- професійні (виробничі);
- туристичні;

- соціальні.

На практиці сьогодні широко використовується класифікація послуг, запропонована МВФ:

- морські перевезення;
- інші види транспорту;
- подорожі;
- інші приватні послуги;
- інші офіційні послуги.

Ринок послуг – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг.

Готельний бізнес, рекламні й консалтингові послуги, страхові та фінансові послуги, агентські та брокерські послуги, адвокатські послуги, ріелтерські послуги, франчайзинг, торгівля ліцензіями і патентами, «ноу-хау», промисловими зразками та корисними моделями, інжиніринг, лізингові послуги тощо так само формують комплекс послуг, які пропонуються на згаданому ринку. Міжнародна статистика свідчить про те, що ринок послуг є одним із найбільш швидко зростаючих секторів світового ринку.

Значення ринку послуг за останні десятиліття дуже зросло – як у внутрішній економіці, так і у світовій. Сектор послуг у розвинутих країнах сягнув щонайменше половини отриманих прибутків.

Загальний обсяг ринку послуг у 2003 р. склав 2,10 трлн. дол., що дорівнювало 25 % світового експорту.

Обслуговування туристів – проблема комплексна. Її вирішення передбачає ефективне використання всіх важелів, різних форм і методів впливу. В основу вирішення цієї проблеми покладено системний підхід: єдність і взаємодія організаційних, технічних, економічних, соціологічних правових заходів.

Якісне обслуговування – це сукупність властивостей і ступеню корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби туристів.

Комплексний підхід до визначення туристичних послуг викликає необхідність класифікувати послуги за кількома групами:

- Інформаційні послуги.
- Послуги транспортних перевезень.
- Послуги розміщення.
- Послуги харчування.

- Культурно-масові та фізкультурно-оздоровчі послуги.
- Додаткові послуги.

Якість цих послуг залишає в пам'яті туриста найбільш стійке враження тому, що саме ці послуги щоденно задовольняють його потреби першої необхідності.

Важливий елемент в обслуговуванні туристів – послуги готельно-ресторанного господарства. Підприємства готельно-ресторанного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так й іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування. Цій цікавій та широкій темі присвячена моя робота.

У процесі обслуговування туристів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і набуває специфічних рис, що дозволяє вважати ресторанне господарство в курортно-туристичних центрах складовою індустрії туризму. Характерною особливістю обслуговування туристів в готелях є надання їм повного комплексу послуг (сніданок, обід, вечеря).

Розрізняють два основних шляхи задоволення попиту – для організованих та індивідуальних туристів.

Організовані відпочиваючі, як відомо, сплачують гроші за харчування заздалегідь, коли купують путівку. Однак, витрати організованих відпочиваючих не вичерпуються придбанням путівки. Вони додатково купують фрукти, морозиво, напої тощо. Задоволенню цих потреб значною мірою сприяє розгалуженість мережі підприємств ресторанного господарства, рівень та якість обслуговування у них.

На відміну від організованих відпочиваючих, туристи-індивідуали мають, потребу не тільки в основних послугах підприємств ресторанного господарства, а й у додаткових, тобто відпустку обідів, вечерь до дому, а також туристичних наборах цих страв у спеціальній упаковці, придатній для споживання на лоні природи та в автомобілі, купівлі напівфабрикатів максимального ступеню готовності та ін.

Підприємства ресторанного господарства в готелях сприяють залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів. Таким чином, відбувається переливання купівельних фондів з одних районів до інших, з однієї країни до іншої. Крім того, задоволення потреб за межами постійного місця проживання трансформує витрати купівельних фондів населення, зокрема, витрати на купівлю товарів

заміняються витратами на послуги. А це сприяє мобілізації вільних грошових коштів населення.

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, туї створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя.

Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку. До того ж, «експорт» послуг здійснюється на досить вигідних умовах тому, що він не пов'язаний з транспортними витратами.

У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устаткування й обладнання, різноманітності її типів істотно залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних туристичних районах країни.

Діяльність підприємств ресторанного господарства, що задовольняють потреби туристів, значною мірою пов'язана зі зміною потоку відпочиваючих у курортних і туристичних центрах. У залежності від режиму підприємства ресторанного господарства поділяються на цілорічні та сезонні, а за організацією слід розрізняти закриті, відкриті та змішані.

Готель – це підприємство, яке надає людям комплекс послуг поза межами їх дому; найважливішими серед яких є послуги розміщення і харчування. Але, як вже відмічалось, сучасні готелі, які обслуговують туристів, практично стають повносервісними готелями. Крім обов'язкових послуг (розміщення, харчування), які іноді називають основними послугами, вони надають цілий комплекс всіляких послуг, які називають додатковими послугами.

Для сучасних середніх і крупних туркомплексів (турготелів, повносервісних готелів) із середнім та високим рівнем комфортабельності характерна наявність величезного переліку додаткових послуг, які можна назвати не інакше, як «місто у місці сучасного проживання»: бар, ресторан, кафе, буфет, пивний бар, коктейль-бар, фітобар, продуктовий і сувенірний магазини, торгові автомати, дискотека, казино, нічний клуб, салон краси, чистка взуття, зал ігрових автоматів, більярдна, кегельбан, ігрові автомати, ліфт,

медпункт, камера зберігання, сейф в Reception і сейф у номері, пункт обміну валюти, пункт замовлення квитків (на літак, поїзд, автобус, таксі і т. д.), пункт прокату автомобілів, автостоянка, гараж, зал нарад, концертний зал, бізнес-центр, копіювальний апарат, факс, телефон, бюро подорожей і екскурсій, телевізори у номерах, ванних кімнатах, холах, додатковий посуд у номері, утюг, прокат, тренажерний зал, спортзал, дитяча площадка, сауна, баня, міні-гольф, площадка для гольфу, баскетболу, волейболу, сквош, настільний теніс, теніс, конюшня, масажна, басейн відкритий, критий і дитячий, пляж на морському, озерному, річному узбережжі, обладнання для водного, підводного і водно-моторного видів спорту.

Цей величезний перелік доповнюється, видозмінюється й диференціюється у залежності від розмірів готелю, його місцезнаходження і цільового призначення, рівня комфортабельності й інших причин. Тенденція розвитку готельної індустрії спрямована на розширення спектру послуг у готелях різного призначення.

У теперішній час додаткові послуги набувають все більшого і більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Залишаючись основною, послуга розміщення сприймається гостями як сама собою зрозуміла. Підвищену ж цікавість викликають послуги, які виділяють цей готель із ряду інших. У більшості випадків такими послугами є додаткові. Підтвердженням цього є діяльність багатьох готельних підприємств. Наприклад, інші послуги, зорієнтовані на надання можливості займатися різними видами спорту, знаходяться на першому місці у комплексі послуг німецького готельного ланцюга «Робінзон-клуб», який складається з 30 готелів. Готелі відомих швейцарських курортів Давоса, Кран-Монтана, перед залученням на відпочинок банкірів, політиків та інших професіоналів надали спочатку їм можливість проведення міжнародних конференцій, економічних форумів на самому високому рівні: обладнані конференц-зали і ряд інших приміщень із застосуванням найновіших досягнень науки і техніки.

Сьогодні світова система готелів може задовольнити будь-який смак. У Нідерландах знаходиться найвищий у світі плаваючий готель. Цей комфортабельний п'ятиповерховий «корабель» курсує між причалами Амстердаму і створює повну ілюзію морської подорожі.

У Сінгапурі знаходиться найвищий готель світу – 73 поверхи.

Один з токійських готелів, місткістю 1300 номерів, пропонує найвищий сервіс у світі. Максимальний час, який затрачає гість на

оформлення, оплату номера, отримання ключів та ін. – 45 с. Усе здійснюється автоматично, з допомогою спеціальних відеоконтрольних приладів.

Гірський готель-курорт Tenaya Lodge, розташований біля міста Фресно, штат Каліфорнія, гарантує повний комфорт не тільки вам, але і вашому собаці. Усім чотириногим друзям надаються шезлонги, кошики-ліжко, спеціальний посуд для харчування і усі умови для купання.

У самому кращому готелі Франції 1999 р. «Брістолі» (Париж) самі дбайливі горничні. Якщо ви, залишаючи готель, забули якусь річ, то повернувшись сюди навіть через кілька років, ви знайдете її на цьому ж самому місці. Секрет дуже простий: після від'їзду гостя горничні фотографують кожний номер.

Готель «Al Maha» у Еміратах розташований у самому серці пустелі. У всій окрузі немає ні барів, ні ресторанів, ні фітнес-центрів, ні казино, нічого немає. Тільки небо і зірки. Комплекс розваг складають сафари, барбекю, стрільба з луку, соколине полювання, верхова їзда на конях та верблюдах. Для особливо вразливих осіб у номерах є мольберт із чистими ватманами, фломастери і гуаш, а також справжній бінокль.

Найбагатші арабські шейхи приїздять у Дубай з єдиною метою – подивитися на чудо-готель «Будж-ель-Араб» («Арабська башта»). Розташована посеред морських хвиль 321-метрова будівля у вигляді паруса виглядає просто фантастично. Усі її 202 номери розташовані у двох рівнях і відрізняються пишністю інтер'єру. «Башта» має усі традиційні атрибути будь-якого суперготелю, такі, як фітнес-центр, бані, більярдні, конференц-зали і зали прийомів, причому останні прикрашені мармуровими колонами, куполами із золота й кришталевиими світильниками дивної краси.

Один з найкращих готелів світу, баден-баденський «Бреннерс» (Німеччина) може догодити навіть завжди незадоволеному зануді. Адже кожний номер у «Бреннерсі» обладнаний на самому сучасному рівні. Тут є і телевізор із півсотнею каналів, і стереосистема, до якої надається ще декілька дисків, записаних спеціально для «Бренерса». На стінах – кілька пультів, за допомогою яких можна керувати усім світлом, кондиціонером, опустити жалюзі або тіньовий козирок над балконом. А спеціальна людина у готелі, єдиним обов'язком якого є світські бесіди з постояльцями, – поліглот, ерудит і прегарний

психолог, готовий підтримати будь-яку тему розмови і відповісти на будь-які питання.

На готельному ринку зараз безмежне море різних послуг і можливостей, різних варіантів. Тобто, тепер основна проблема споживача стає у тому, щоб вигідно для себе вирішити, до якої програми якої готельної корпорації приєднатися, виходячи з того, «скільки балів треба набрати» для отримання скидки або презенту, які постійні пільги отримують вірні клієнти і т. д.

Багато компаній розробляють принципово нові способи і засоби навчання з застосуванням найновіших технічних засобів. При цьому особлива увага приділяється можливості відчутти себе на місці замовника, зрозуміти його мотиви і намагання. Нерідко з точки зору менеджерів готельного бізнесу клієнт діє і міркує цілковито нелогічно, не звертаючи уваги на явні привілеї та вигоди для себе, керуючись якимись рутинними стереотипами, емоціями, постійними смаками і т. д. Отже задача складається з того, щоб знайти ключ до серця такого клієнта. І на цьому етапі вже досягнуто деяких успіхів: досвідчені мандрівники прекрасно бачать усі переваги спілкування з готелями, які надають «нагороди за вірність». Програми формування постійних клієнтів стають, таким чином, невід'ємним елементом маркетингу будь-якої значної готельної компанії.

6. Управління якістю обслуговування

Якість обслуговування є основною умовою високої конкурентної спроможності запропонованих послуг на світовому готельному ринку.

Потреба виживання малих і середніх підприємств готельного типу визначила нову тенденцію в спеціалізації, диверсифікації, концептуалізації та екологізації готельних послуг. «Готель майбутнього – це спеціалізований готель», – стверджують дослідники перспектив розвитку швейцарського туризму.

Так, у готелі «Grand Hotel Excelsior» у Монтре (Швейцарія), що складається з 22 номерів, до набору послуг входить клінічне обслуговування: курси реабілітації після інфарктів, лікування депресії, профілактика стресів, послуги спортивної медицини, лікувальне голодування, курси вітамінного лікування, лікування морською водою і водоростями.

Готель «Siminar-hotel» у Давосі спеціалізується на організації обслуговування конгресів, конференцій, семінарів.

Готель «Lasurus Hof» (Німеччина) спеціалізується на обслуговуванні інвалідів із фізичними або розумовими відхиленнями й обладнаний спеціальними ліфтами і туалетами, широкими проходами для колясок, гаражем для електроколясок. Персонал має спеціальну підготовку для роботи з такими клієнтами. Готель розрахований на 16 номерів і 29 місць.

Диверсифікація (лат. *Diversio* – відволікання, відхилення) готельного підприємства визначається розширенням послуг (розважальні, спортивно-оздоровчі, торговельні, спеціалізовані).

Наприклад, у розкішному готелі «Frankfurter Hof» (Німеччина) відмовилися від будь-яких форм самообслуговування: замість автоматів для чищення взуття – нічні чистильники; у ліфтах – хлопчики-ліфтери; номерні міні-бари замінені на «кімнатний сервіс» – доставку в номер на бажання клієнтів напоїв, сніданку; сервірування вечері, послуги офіціантів.

У німецьких «Ренесанс-готелях» привітання гостя починається з коктейлю «Ласкаво просимо»; кожний гість має свого куратора серед співробітників, що вирішує всі проблеми клієнта; свіжа газета подається у номер попросованою, щоб клієнт не забруднив руки, і т. д.

У Швейцарському місті Кульмі власник одного з готелів створив центр здоров'я і краси, діяльність якого активізується в несезонний період, коли необхідні додаткові стимули для залучення клієнтів.

Спеціалізація і диверсифікація підприємства знаходить вираження у концептуалізації діяльності у формі цілісної концепції, що пронизує усі види діяльності – від стратегічних завдань до кольорової гами помешкань і форми меблів.

Так, концепція готелю «Frankfurter Hof» – «Ми повертаємося до стратегії «стародавнього Гранд-готелю»; сучасний комфорт має поєднуватися з принципом «служба сервісу виконає будь-які бажання клієнта».

Інтер'єри молодіжного готелю «Davos face» вирішені в модерністській манері, стиль обслуговування довірливий і невимушений.

«Siminar-hotel» має елегантне оформлення, досконале технічне обладнання; організація обслуговування розрахована по хвилинах, обслуговуючий персонал підтримує дистанцію ввічливості.

Єдина концепція вимагає від готельного підприємства послідовності, оскільки «політика зигзагу» не зробить підприємство прибутковим.

Формування філософії підприємства, його іміджу, підпорядкування всіх сторін життєдіяльності прийнятій концепції визначило нову тенденцію біоготелю «Alpenrose» (Німеччина): «Alpenrose» – готель для тих, хто не палить. Готель має всього 120 місць, коефіцієнт завантаження становить 80 %.

Екологічна філософія готелю побудована не тільки на використанні екологічно чистих предметів: у готелі не продаються «хімічні напої», а тільки молоко, соки, натуральні напої, але і на економії ресурсів через регулювання подачі тепла, світла, електроенергії.

Програма «екологія в готелі» не завжди потребує прийняття радикальних рішень – важливі будь-які дрібниці: автоматична сантехніка на інфрачервоних променях, електричні мильниці. При цьому «екологічна програма» не досягне своєї мети, якщо не буде організовано письмове «виховання» гостей. Наприклад, заклик до клієнтів «не кидати на підлогу рушник, якщо він ще використовуватиметься» допомагає заощаджувати не тільки воду й електроенергію а й третину рушників, які перуться щодня, подовжуючи термін їхнього «життя».

В управлінні якістю обслуговування у готельних підприємствах особливе місце займає гостинність. Цей термін має на увазі виробництво послуг з проявою персональної уваги по відношенню до гостя, спроможністю персоналу відчувати його потреби.

Гостинність як добрі особисті відношення персоналу до клієнтів часто забувається і стає втраченим мистецтвом. Пояснення в цьому шукають або в поведінці обслуговуючого персоналу, або в ігноруванні потреб клієнтів, або в більшій зацікавленості керівників готелів у збільшенні прибутку.

Зовнішня очевидність такої помилки приводить до скорочення у готелі контактів клієнтів з обслуговуючим персоналом. Стратегія здавалася простою: якщо гість скаржиться на відсутність люб'язності з боку персоналу, треба скоротити ці контакти. Так почалася ера самообслуговування, яка викликала тенденції заміну персоналу машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість нагодувати тисячі людей, за кілька хвилин зробити бронювання у готелі або на транспорті і т.д. Захопленість технологічними нововведеннями приводить до переконання, що усі контакти між персоналом і клієнтами можна звести до мінімуму і таким чином вирішити проблему ввічливості і гостинності.

Однак клієнти не сприймають цю тенденцію, і є багато доказів того, що готельна індустрія переглядає свої позиції у цьому питанні. Вона все більше починає демонструвати нове розуміння машин як помічників людини, а не як її замітника або конкурента.

Результати гостинності проявляються в збільшенні постійних клієнтів готелю, розширенні її визнання на ринку, у закріпленні благополучних відношень у колективі і загального духу товариства, які дозволяють готельним підприємствам устояти у важкі періоди туристської індустрії.

У вітчизняній і закордонній літературі виник самостійний напрямок менеджменту – управління якістю. Вчені і практики за кордоном пов'язують сучасні методи управління якістю з методологією TQM (total quality management) – загальним (всеосяжним, тотальним) менеджментом якості.

Використовуються такі концепції менеджменту якості, що характеризують різні об'єкти і методи управління, вирішення різних проблем, пов'язаних з якістю послуг і підвищення конкурентоздатності готелів. Наприклад: система якості (Quality System), система заснована на управлінні якістю (Quality Driven Management System), загальне управління якістю (Total Quality Management), забезпечення якості (Quality Assurance), управління якістю (Quality Control), статистичний контроль якості (Statistical Quality Control), система забезпечення якості (Quality Assurance System), менеджмент з метою поліпшення якості (Management for Quality Improvement), повне (тотальне) управління якістю і продуктивністю (Total Quality and Productivity Management), менеджмент системи якості (Quality System Management) і інші системи якості.

Інформація, опублікована за останні роки у виданнях таких органів, як Інститут забезпечення якості у Великобританії (Institute Quality Assurance), Американське товариство з управління якістю (American Society for Quality Control) і Європейська організація з якості (European Organisation for Quality), у дійсності показує, що ці системи використовуються у широкому колі готелів у всіх західних країнах.

Система визначення рівня якості готельних послуг в Україні базується на стандарті ДСТУ-ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ-ISO 9004-2, що зареєстровані у Мін'юсті 15.04.1999р. Відповідно до Закону України «Про заходи щодо подальшого розвитку туризму» і

наказу Держстандарту України від 27.01.1999 р. № 37 була введена обов'язкова сертифікація якості готельних послуг відповідно до цих стандартів. Сертифікат відповідності якості видається на термін не більше п'яти років.

Якість готельних послуг повинна гарантувати споживачеві задоволення його запитів. Ці властивості формуються в процесі обслуговування в готелі, на всіх його етапах і у всіх ланках. Разом з тим утворюється вартісна величина готельних послуг, що характеризує витрати на їх надання, планування і розробку нових видів послуг і значною мірою визначає їхню ціну, а відтак – їхню конкурентоздатність.

Саме такий підхід був покладений в основу прийнятого ЄС документа – глобальної концепції законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку. Концепція спирається в основному на три фундаментальних положення:

- систему управління якістю в готелі;
- контроль якості готельних послуг;
- єдину оцінку відповідності якості (сертифікацію) послуг.

Перш ніж надавати послуги, готель повинний надати доказ того, що вони відповідають основним європейським вимогам. При цьому сам доказ може виглядати по-різному, оскільки вибір необхідного методу оцінки відповідності нормі за можливістю здійснюють самі готелі. У цьому плані ЄС розробило так звану модульну концепцію, відповідно до якої готелі певною мірою вільні у виборі різних модулів для отримання аналогічного або навіть ідентичного результату.

Одним із сучасних підходів до оцінки факторів якості є їхнє групування, що полегшує управління. Воно має такий вигляд:

- стратегія готелю (системи управління якістю мають особливості при реалізації стратегій диференціації, цінового лідерства і фокусування);
- роботи з проектування нових послуг;
- оснащення (технічний стан оснащення, його якісні параметри, ступінь зносу, відповідність певним вимогам щодо рівня якості послуг);
- персонал (відповідність кваліфікаційним вимогам);
- товарно-матеріальне забезпечення (свочасність, якість, надійність систем постачання).

Стандарти ІСО серії 9000 встановили єдиний визнаний у світі підхід до договірних умов щодо оцінки систем якості та одночасно

регламентували відносини між виробниками і споживачами послуг. Іншими словами, стандарти ІСО – це стійка орієнтація на споживача при строгому дотриманні культури надання готельних послуг. Якість можна представити у вигляді піраміди. Наверху піраміди знаходиться TQM – всеохоплюючий, тотальний менеджмент якості, що має на меті високу якість всієї роботи для досягнення необхідної якості послуг. Насамперед ця робота пов'язана з забезпеченням високого організаційно-технічного рівня надання послуг, необхідних умов праці. Якість роботи включає обґрунтованість прийнятих управлінських рішень, систему планування.

Особливе значення має якість роботи, безпосередньо пов'язаної з наданням послуг (контроль якості технологічних процесів, своєчасне виявлення випадків неякісного обслуговування). Якість послуг є складовою і наслідком якості роботи. На цьому етапі безпосередньо оцінюється якість надання послуг, думка споживача, аналізують.

Для подальшого уточнення поняття «управління якістю послуг» доцільно уточнити трактування поняття «послуга». Необхідність такого уточнення обумовлена тим, що поняття «послуга» не зовсім точно дається навіть в інструктивних матеріалах.

Формування якості послуги починається на стадії її проектування. Так, у фазі дослідження розробляють принципи надання нових для готелю послуг, проводять підготовку готелю до їх надання клієнтам.

Якість роботи безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування готелю. Це – якість керівництва і управління (планування, аналіз, контроль). Від якості планування (розробки стратегії, системи планів тощо) залежать досягнення поставлених цілей і якість готельних послуг.

Сучасні готелі в умовах ринкової економіки прагнуть організувати спостереження за якістю послуг у процесі їх надання та споживання. Особлива увага приділяється попередженню дефектів.

Якість, як її розуміє виробник, і якість, як її розуміє споживач, поняття взаємозалежні. Виробник повинний піклуватися про якість у плинні всього періоду споживання послуг. Якість послуг виявляється в процесі їх споживання. Вона вимірюється їх здатністю відповідати або не відповідати вимогам споживача.

Ідея такого підходу до визначення якості послуг міститься в спеціальній науці – кваліметрії. Кваліметрія – це наука про способи вимірювання та кількісну оцінку якості послуг. Ця наука виходить з того, що якість залежить від великої кількості властивостей послуг,

що розглядаються. Для того, щоб судити про якість послуги, недостатньо тільки даних про її властивості. Потрібно враховувати й умови, у яких послуга буде надаватися та споживатися.

Для подальшого уточнення поняття «управління якістю послуг» доцільно уточнити трактування поняття «послуга». Необхідність такого уточнення обумовлена тим, що поняття «послуга» не зовсім точно дається навіть в інструктивних матеріалах.

Формування якості послуги починається на стадії її проектування. Так, у фазі дослідження розробляють принципи надання нових для готелю послуг, проводять підготовку готелю до їх надання клієнтам.

Якість роботи безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування готелю. Це – якість керівництва і управління (планування, аналіз, контроль). Від якості планування (розробки стратегії, системи планів тощо) залежать досягнення поставлених цілей і якість готельних послуг.

Сучасні готелі в умовах ринкової економіки прагнуть організувати спостереження за якістю послуг у процесі їх надання та споживання. Особлива увага приділяється попередженню дефектів.

Якість, як її розуміє виробник, і якість, як її розуміє споживач, поняття взаємозалежні. Виробник повинний піклуватися про якість у плинні всього періоду споживання послуг. Якість послуг виявляється в процесі їх споживання. Вона вимірюється їх здатністю відповідати або не відповідати вимогам споживача.

Ідея такого підходу до визначення якості послуг міститься в спеціальній науці – кваліметрії. Кваліметрія – це наука про способи вимірювання та кількісну оцінку якості послуг. Ця наука виходить з того, що якість залежить від великої кількості властивостей послуг, що розглядаються. Для того, щоб судити про якість послуги, недостатньо тільки даних про її властивості. Потрібно враховувати й умови, у яких послуга буде надаватися та споживатися.

7. Міжнародний досвід

Якість продукції чи послуг є одним з найважливіших факторів успішної діяльності будь-якої організації. На сьогодні в усьому світі стали суттєво жорсткішими вимоги, що висуваються споживачем до якості продукції.

Головним завданням економіки промислово розвинутих країн є підвищення продуктивності праці і поліпшення якості продукції, що дозволяє при низькій її собівартості забезпечувати високий прибуток і

конкурентоздатність на світовому ринку. Досягнути цього можна лише в умовах управління якістю продукції.

В східноєвропейських країнах, як і в колишньому Радянському Союзі, управління якістю продукції розглядалось як складова частина загального народногосподарського механізму і вважалось, що розвиток його відбувається одночасно з удосконаленням управління народним господарством. У зв'язку з цим основні принципи планування якості і організації системного управління нею, як правило, оформлялись у вигляді законів або державних стандартів. На сучасному етапі при переході цих країн до ринкової економіки мають місце зміни в управлінні якістю продукції. Вони торкнулись, в першу чергу, контролю якості продукції, оцінки якості, сертифікації відповідності.

Якщо в Японії та США протягом багатьох років реалізуються програми підвищення якості, проводиться активна політика щодо питань якості, здійснюється довгострокове планування якості, то в Європі за деяким винятком управління якістю продовжувало залишатися контролем якості.

У 1980-ті рр. по всій Європі спостерігався рух до високої якості продукції та послуг, а також до вдосконалення забезпечення якості. Широко впроваджувались системи якості на основі стандартів ІСО серії 9000. Це призвело до більш послідовної позиції щодо питань якості, більш надійних поставок і стабільнішого рівня якості загалом.

Слід зазначити велику та цілеспрямовану діяльність країн Західної Європи по підготовці до створення єдиного європейського ринку, встановлення єдиних вимог та процедур, здатних забезпечити ефективний обмін товарами та робітничими силами між країнами. Якість стала чинником забезпечення конкурентоспроможності європейських країн. Для того, щоб вистояти в конкурентній боротьбі, найбільші фірми Європи об'єднують зусилля для виробу прогресивних форм та методів управління якістю продукції, пов'язують з їх впровадженням гарантію стабільної якості продукції. А вона, як відомо, включає стабільну технологію, належну систему підтримання технологічної точності обладнання та оснащення, метрологічні засоби контролю та випробувань продукції, ефективну систему підготовки кадрів. У вересні 1988 р. президенти 14 найбільших фірм Західної Європи підписали угоду про створення Європейського фонду управління якістю (ЄФУЯ)

Міжнародний досвід свідчить, що стану лідера у світовій економіці, у соціальному і культурному розвитку досягають тільки ті країни, які спроможні забезпечити світову якість продукції та послуг. Це створює виробникам конкурентні переваги, а споживачам – комфортні умови життя. Саме тому в провідних країнах світу проблеми якості постійно знаходяться у фокусі економічних інтересів держави, громадського суспільства і пересічних громадян. Опитування, проведене у США та інших розвинених країнах, показало, що сьогодні практично всі покупці розглядають якість як головний чинник вибору товару порівняно з її ціною та іншими критеріями. Десять років тому таких покупців було 4–5 з десяти.

Прогресивні методи управління якістю. У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх головних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом якості. Перед готелем стоїть завдання надання і підтримки якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розробки стратегії поліпшення обслуговування. Дослідження показують, що головною причиною того, що клієнт ще раз скористається послугами готелю, є якість наданого йому обслуговування. У перший раз гостя можна залучити чудовою рекламою, або розкішним інтер'єром, але у другий раз він прийде лише завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування, отриманого раніше. Якість обслуговування справляє найбільший вплив на життєздатність готелів. Успішна реалізація якісних послуг гостям є головним джерелом їхнього існування.

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступені задоволення клієнта – це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим. Для ефективного забезпечення якості і конкурентоздатності послуг готелю актуальною проблемою є управління проектуванням і контролем їх якості. При цьому ключову роль має не лише виявлення внутрішніх причин, але і вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення даних потреб. Готель зобов'язаний не лише виявити внутрішні фактори, що

впливають на якість послуг, але і вивчити весь комплекс запитів і потреб клієнтів, створити і реалізувати методику і технологію, що забезпечать найбільш повне їхнє задоволення. Ефективне управління якістю послуг, що надаються, є найважливішим важелем підвищення рівня обслуговування клієнтів, прибутковості готелю, забезпечення його економічної безпеки.

Концепція якості багатогранна і охоплює всі властивості послуги, а саме: технічні та інші характеристики, рівень передпродажної підготовки, супровід послуги в процесі її надання, просування товарної марки на ринку і забезпечення її престижності в конкурентному середовищі.

Міжнародний досвід свідчить про те, що необхідним інструментом, який гарантує відповідність якості послуг вимогам нормативно-технічної документації, є сертифікація. У загальноприйнятій міжнародній термінології сертифікація – це комплекс заходів, що проводяться з метою підтвердження відповідності послуг готелю певним вимогам або стандартам, технічним умовам.

Сертифікація з'явилася в зв'язку з необхідністю захисту внутрішнього споживчого ринку від продукції, непридатної до використання. Питання безпеки та захисту споживачів змушують законодавчу владу, з одного боку, встановлювати відповідальність постачальника (виробника, продавця тощо) за введення в обіг недоброякісної продукції або послуг; а з іншого боку – узаконювати обов'язкові до виконання мінімальні вимоги, що стосуються характеристик продукції або послуг, що реалізуються. До першого відносяться такі законодавчі акти, як, наприклад, Закон «Про захист прав споживачів» прийнятий у багатьох країнах світу.

Розвиток сертифікації в економічному просторі різних держав має на меті забезпечення взаємного визнання результатів сертифікації продукції або послуг, що засновується на гармонізації законодавчої бази, використанні єдиних стандартів і взаємно визнаних механізмів встановлення відповідності.

При цьому виробник повинний забезпечити стабільне дотримання необхідних параметрів у припустимих межах, що визначаються вимогами або стандартами, на які він посилається в декларації про відповідність, і контролювати всі види своєї діяльності на всіх етапах виробництва, а у випадку готелю – на всіх етапах надання послуг.

Конкурентоздатність готельних послуг визначається рівнем їхньої якості і ціни. Якість – це комплексне поняття, що всебічно

характеризує ефективність діяльності, стиль управління, стратегію, маркетинг і організацію надання послуг, тому ефективне управління якістю є однією з найбільш актуальних проблем для готелю. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів.

Але підвищення якості пов'язане зі збільшенням витрат на надання послуг. Додаткові витрати на підвищення якості збільшують собівартість, але з цього впливає і збільшення продажів. При цьому збільшується загальна ефективність, що отримується від підвищення якості послуг (підвищення прибутку та ефективності витрат на надання послуг). Дії завжди вимірюються результативністю, а підвищення якості не можна перетворювати на самоціль.

Оптимальне співвідношення критерію «ціна/якість» готельних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу готелю на ринку. Це визначає необхідність перегляду основ управління проектуванням якості як позиції дослідження та прийняття передового світового досвіду.

Ефективний і високорентабельний готельний бізнес неможливий без досягнення найвищих стандартів обслуговування відповідно до потреб і побажань клієнтів.

Готельні послуги мають ряд особливостей, що дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити попередньо, оскільки її надання і споживання відбуваються одночасно, послуги не можна зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (клієнт бере участь у процесі надання послуги).

Серед найчастіше використовуваних визначень, на наш погляд, оптимальним є таке: якість послуги – це вся сукупність її особливостей, ознак і характеристик, що спираються на її здатність задовольнити заявлену або очікувану потребу клієнта.

Характеристики готельних послуг відбиваються на процесі проектування ефективної системи управління якістю і впливі даної системи на основні елементи готельних послуг (нематеріальні і матеріальні). Нематеріальний елемент готельних послуг – це атмосфера, привабливість оточення, естетика, комфорт, відчуття, теплота обслуговування, дружелюбність, спокій і висока культура міжособистісного спілкування. До матеріального елемента належать номерний фонд, товарно-матеріальні ресурси та технологія надання

послуг. Фізичні характеристики створюють контактну зону, у якій у процесі обслуговування взаємодіють той, хто надає, та той, хто споживає послуги.

Сьогодні одним з найважливіших напрямків у діяльності українських готелів є створення ефективної системи з управління якістю, що дозволить здійснювати надання конкурентоздатних готельних послуг. Система якості важлива також і при проведенні переговорів із закордонними туроператорами та іншими корпоративними партнерами, що, як правило, вважають за обов'язкову умову перевірити перед підписанням контракту існуючу систему якості і наявність сертифіката на цю систему, що виданий авторитетним органом. Клієнт повинний бути впевнений, що якість послуг, які йому пропонуються, відповідає його потребам.

Для допомоги готелям у створенні сучасних систем з управління якістю були сформовані універсальні моделі, що визначають основні елементи системи управління якістю послуг і методи ефективного досягнення цілей, які можна використовувати в готельному бізнесі з урахуванням особливостей конкретного готелю, прийнятої технології обслуговування, специфіки готельних послуг. Серед них варто виділити модель «п'ять М», розроблену відомим ученим Ф. Котлером, «Петлю якості» Е. Демінга, прийняту за основу в міжнародних стандартах ISO 9000-9004, документи Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО). Національні законодавчі акти, нормативна документація і стандарти безпосередньо регулюють управління процесами надання готельних послуг та узаконюють чіткі вимоги до систем забезпечення якості.

На якісне обслуговування в готелі впливають такі фактори:

1. Стан матеріально-технічної бази, а саме: зручне планування і якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями та устаткуванням, повні комплекти високоякісної білизни, сучасне високопродуктивне кухонне обладнання, зручні ліфти та ін.

2. Прогресивна технологія обслуговування. Вона визначає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів; реєстрацію і розрахунок з клієнтами та ін.

3. Високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя.

4. Управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках готелю. Це – найважливіший фактор якості обслуговування в сучасних готелях.

Проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки. Якість – це комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробку стратегії, організацію надання послуг, маркетинг тощо. Найважливішою складовою всієї системи якості готелю є якість послуг. У сучасній літературі та практиці існують різні трактування поняття якості. Міжнародна організація зі стандартизації визначає якість (стандарт ІСО-8402) як сукупність властивостей і характеристик послуг, що надають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Цей стандарт увів такі поняття, як «забезпечення якості», «управління якістю», «спіраль якості». Вимоги до якості на міжнародному рівні визначаються стандартами ІСО серії 9000. Перша редакція міжнародних стандартів ІСО серії 9000 вийшла наприкінці 1980-х років і ознаменувала вихід міжнародної стандартизації на якісно новий рівень.

8. Прогресивні чинники підвищення ефективності управління готельним

Для сучасного етапу розвитку національної економіки характерним є переважання сфери виробництва над сферою послуг. Проте у багатьох розвинутих країнах саме сфера послуг має найбільшу частку у валовому національному продукті і саме в цій сфері зайнята найбільша кількість населення. Динаміка розвитку галузей сфери послуг в Україні, зокрема готельних послуг, показує, що пріоритет цього напрямку в національній економіці – це лише питання часу. Готельні підприємства потенційно є одними з найпривабливіших об'єктів як для внутрішніх, так і для іноземних туристів. Проте застаріла матеріальна база та недосконалі методи управління не дозволяють багатьом готелям України не те що працювати на повну потужність, а й просто функціонувати. Перехід України до ринкових відносин, зміна форм власності багатьох суб'єктів готельних підприємств, збільшення кількості новостворених підприємств приводить до зростання конкуренції. Відповідно постійно зростає рівень складності завдань, які необхідно вирішувати для ефективного

управління суб'єктами підприємництва. Значення готельної індустрії заключається у тому, що ця галузь формує об'єм робіт для туризму, торгівлі, транспорту, громадського харчування, страхування, культури та мистецтва, архітектури і проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії та інших галузей економіки. Важливим ефективним механізмом управління готелем є впровадження і використання комп'ютерної техніки і технологій. Подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і найновіших технологій. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку і комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою і технічними засобами. Перш за все це стосується інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг. Одним з головних напрямів використання комп'ютерної техніки і технологій у готельному бізнесі є швидкий розвиток міжнародних, національних і корпоративних автоматизованих систем бронювання готельних послуг. Використання цих систем надає великі переваги як споживачам готельних послуг, так і безпосередньо готельним підприємствам, оскільки таким чином досягається велика оперативність в проходженні замовлень на бронювання та їх підтвердження. Високі технології допомагають менеджерам будувати і підтримувати системні процеси управління всіма аспектами діяльності підприємства – фінанси, маркетинг, продаж, проекти, матеріальні і трудові ресурси, взаємодія з клієнтами тощо. Уміло побудована автоматизована система управління готельним підприємством об'єднує всі ці процеси у єдиний інформаційний простір. Це дозволяє уникнути багатьох проблем і немалих витрат.

Можна стверджувати, що на сьогоднішній день автоматизація готельних підприємств являється одним з основних напрямів удосконалення.

Проблема впровадження в системах управління вітчизняними готельними комплексами сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю забезпечення безпеки клієнтів та обслуговуючого персоналу. Серед ряду заходів з поліпшення вітчизняного готельного сервісу можна виділити будівництво нових готельних комплексів, модернізацію старих, а також поліпшення якості обслуговування в них. Успіхи провідних світових готельних комплексів у забезпеченні високої якості готельних послуг, їх швидкому оновленні, зниженні витрат й

інтеграції зусиль персоналу пов'язані з тим, що в них створені високоєфективні системи управління. Велике значення для ефективної управлінської діяльності має аналіз характеристик як туристського ринку, так і світових досягнень у теорії та практиці управління. Ці загальні тенденції повинні враховуватися у вітчизняній практиці управління готельними підприємствами. Також необхідна розробка принципово нових підходів до управління готелем, тому що головне всередині готелю – працівники та споживачі готельних послуг – гості.

Важливим чинником в управлінні є людський чинник у сфері готельного обслуговування, тому необхідно приділяти особливу увагу управлінню структурою та підбору персоналу готельного комплексу. Співробітники готельних комплексів повинні бути добре підготовлені та мати відповідну професійну підготовку, особисті та ділові якості.

Для готельної галузі потрібні фахівці, озброєні новітніми досягненнями науки, такі, що вміло управляють великими колективами працівників, приймають ефективні професійні рішення, планують діяльність.

Для реалізації комплексного підходу до управління готельним господарством, використання відповідного організаційно-економічного механізму вивчення потреб ринку готельних послуг і активного впливу на його формування, необхідно покращити інформаційно-рекламну і маркетингову діяльність.

Отже, життєва необхідність у використанні інформаційних технологій управління колективами, як одного з найефективніших і найпрогресивніших чинників управління підприємством, спонукається розвитком ринкових відносин, позитивними зрушеннями в економіці України, зростаючою конкуренцією на ринку.

9. Основні аспекти проектування і контролю якості послуг

Фахівці в області управління якістю відзначають, що невпинне удосконалення процесу управління якістю готельних послуг може бути досягнуте в першу чергу за рахунок оптимізації схем їх проектування, що перешкоджають виникненню проблем на етапі їх надання.

Не професійно здійснене проектування послуг не дозволить надати їх з високою якістю. Якісне проектування послуги може значно полегшити завдання її надання і досягнення необхідного рівня якості.

Клієнти очікують, що якість послуг, що вони купують, відповідатиме або перевищуватиме певні рекламовані рівні.

Наприклад, готельний ланцюг Sheraton, що пропонує послуги на найвищому рівні, підкреслює, що якість обслуговування в різних країнах у його готелях однакова і, крім того, скрізь пропонується ідентичний набір послуг.

У системах обслуговування відповідність специфікації є дуже важливою. Особливості системи обслуговування можуть стосуватися своєчасності обслуговування в номерах – room service, або часу відповіді на запит. Наприклад, деякі готельні менеджери вимірюють якість роботи своїх «операторів» обслуговування відрізками часу, необхідними для обробки запиту («handle time»). Якщо середній час перевищує 20-хвилинний стандарт, менеджери вживають відносно операторів певні заходи.

Відповідно до норм, що прийняті в більшості країн з високорозвиненою індустрією гостинності (ЄС, СІІА, Канада та ін.), готель як постачальник послуг повинний докладати значних зусиль для створення між ним і споживачем послуг особливих довірчих відносин

Завдання зі створення довірливих відносин повинне розглядатися готелем як засіб підвищення якості своїх послуг. Зокрема, саме такий підхід було покладено в основу прийнятого документа ЄС – «Глобальної концепції законодавчого забезпечення якості товарів і послуг на європейському ринку».

Сертифікація послуг в глобальній концепції ЄС вимагає застосування системи управління якістю як гарантії стабільності якості послуг, що надаються.

Перевірка (сертифікація) систем управління якістю незалежною третьою стороною відіграє значну роль у створенні довірливих відносин, така схема дуже популярна у Франції, Австрії та інших країнах з розвинутою індустрією гостинності.

Перш ніж приступити до реалізації та надання послуг європейські готелі повинні навести доказ того, що ці послуги відповідають основним вимогам встановлених норм. При цьому, сам доказ може виглядати по-різному, оскільки вибір необхідного методу оцінки відповідності нормі за можливістю здійснюють самі готелі.

Модульна концепція є засобом забезпечення більш гнучкої адаптації процесу оцінки відповідності» послуг процесу їх надання в цілому. Крім того, вона полегшує виконання поставленого завдання – готель не повинен докладно викладати методiku оцінки відповідності.

Модульна концепція поділяє метод оцінки відповідності на ряд різних заходів, а саме:

витрат на забезпечення якості послуг. Збільшення витрат на попереджувальні роботи позитивно відбивається на результатах як надання послуг, так і на фінансово-господарській діяльності готелю.

10. Принципи системи якості послуг

Споживач є центральною ланкою трьох ключових аспектів системи якості. Задоволеність споживача може бути досягнута лише за наявності гармонії між відповідальним керівництвом, людськими і матеріальними ресурсами, а також структурою системи якості. Керівництво несе відповідальність за розробку політики в сфері якості послуг і задоволення споживачів. Її успішна реалізація залежить від тієї уваги, яку керівництво приділяє розробці та ефективному функціонуванню системи якості. На вище керівництво покладаються відповідальність і зобов'язання за політику готелю у сфері якості. Воно повинне розробити і документально оформити політику якості, що стосується:

- рівня якості і наданих послуг;
- репутації готелю щодо якості;
- цілей забезпечення якості послуг;
- вибору підходу до досягнення цілей у сфері якості; і – ролі персоналу готелю, відповідального за реалізацію політики в області якості.

Керівництво повинне забезпечити опублікування політики готелю в сфері якості, забезпечити її зрозумілість, здійсненність і проведення у життя.

Реалізація політики в сфері якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей у сфері якості. Першочергові завдання повинні включати:

- постійне задоволення вимог споживачів з погляду професійних стандартів і етики;
- безперервне підвищення якості послуг;
- врахування соціальних потреб;
- ефективність при наданні послуг.

Керівництво повинне перетворити першочергові завдання в набір цілей і заходів у сфері якості. Прикладами цього можуть служити:

- чітке визначення потреб споживача і відповідних заходів в області якості;

- вжиття профілактичних заходів з метою попередження невдоволення споживача;
- оптимізація витрат, пов'язаних з якістю, з метою досягнення необхідного рівня якості надання послуг;
- залучення всього персоналу готелю до досягнення необхідного рівня якості;
- безперервний аналіз вимог, що висуваються до послуг, досягнутого рівня, з метою визначення можливостей щодо підвищення їхньої якості;
- попередження несприятливого впливу готелю на суспільство.

Для досягнення цілей у сфері якості керівництво повинне створити структуру системи якості, що забезпечить ефективність управління, оцінку і підвищення якості послуг на всіх етапах їх надання. Варто докладно визначити загальну й конкретну відповідальність і повноваження всього персоналу, діяльність якого впливає на якість послуг. Сюди ж відноситься забезпечення ефективного зв'язку між споживачем та персоналом готелю, що надає послуги у всіх випадках їхньої безпосередньої взаємодії в рамках і поза готелем. Відповідальність і повноваження повинні відповідати засобам і методам, необхідним для досягнення необхідної якості послуги.

Зауваження, висновки і рекомендації, отримані в результаті аналізу та оцінки, повинні бути подані в документальній формі керівництву для вжиття необхідних заходів з розробки програми підвищення якості послуг.

11. Петля якості послуги

Життєвий цикл послуг у відповідності зі стандартами ІСО називається петлею якості. За її допомогою здійснюється взаємозв'язок виробника послуг зі споживачем, з усією системою, що забезпечує управління якістю послуг. Готель має створити методики з системи якості, щоб конкретизувати експлуатаційні вимоги для всіх процесів, що стосуються надання послуг, включаючи три основних процеси (маркетинг, проектування і надання послуги), що функціонують у петлі якості. На якість послуги, з точки зору споживача, безпосередньо впливають як зазначені процеси, так і дії, пов'язані з функціонуванням зворотного зв'язку, що сприяє підвищенню якості послуги. Сюди належать:

- оцінка наданих послуг готелем;

- оцінка отриманої послуги споживачем;
- перевірка якості впровадження та ефективності всіх елементів системи якості. Всі елементи послуги, вимоги і положення, що належать до системи якості,
- повинні бути визначені і документально оформлені як частина всієї документації даного готелю. Відповідна документація щодо системи якості має включати посібник з якості, який повинен забезпечити опис системи якості та на який в подальшому буде даватися посилання. Він повинний містити:
 - опис політики готелю у сфері якості;
 - опис цілей готелю у сфері якості;
 - структуру готелю, включаючи розподіл відповідальності;
 - опис системи якості зі всіма елементами і положеннями, що її формують;
 - практику готелю у сфері якості;
 - структуру і розподіл документації щодо системи якості. Необхідно встановити методику контролю за виданням, поширенням і переглядом документів,

Зазначені методики повинні забезпечити:

- затвердження документів уповноваженими на те особами;
- видання документів і їхню наявність там, де ця інформація необхідна;
- зрозумілість і доступність документів для користувачів;
- можливість аналізу документів;
- вилучення документів у випадку їх застарілості.

Внутрішні перевірки якості необхідно проводити періодично як для контролю застосування та ефективності системи якості, так і для дотримання специфікацій послуг, специфікацій надання послуг і специфікацій управління якістю.

Внутрішні перевірки якості повинні плануватися, здійснюватися і протоколюватися відповідно до документації компетентним персоналом, незалежним від конкретної діяльності або області, що перевіряється. Висновки перевірки повинні бути документально оформлені і представлені вищому керівництву. Керівництво, що відповідає за діяльність, яка перевіряється, повинне забезпечити життя необхідних і відповідних коригувальних дій згідно з висновками перевірки.

Необхідно також дати оцінку застосуванню та ефективності коригувальних дій, проведених за результатами попередніх перевірок.

12. Аналіз надання послуги і підвищення її якості

Необхідно ввести в практику готелю постійне проведення процесів перевірки якості готельних послуг з метою визначення та активного використання можливостей, що забезпечують її підвищення. Для реалізації таких оцінок керівництво повинне створити і забезпечити функціонування системи збирання та поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво повинне призначити осіб, відповідальних за систему інформації і підвищення якості послуг.

Одержання даних вимірів і функціонування послуг забезпечується за допомогою:

- оцінки, що проводиться готелем (включаючи управління якістю);
- оцінки, що проводиться споживачем (включаючи реакцію споживача, скарги споживачів, необхідність зв'язку);
- перевірок якості.

Аналіз цих даних дозволить оцінити ступінь достатності вимог до послуг, визначить можливості підвищення їх якості, а також їхню результативність і ефективність.

З метою забезпечення результативності та ефективності збирання та аналізу даних повинні являти собою цілеспрямовану, упорядковану і сплановану операцію, без будь-якого ризику або випадковості.

Встановлення систематичних помилок та їхньої причини, а також запобігання їм повинні бути основною метою аналізу даних. Основна причина помилки не завжди очевидна, але варто прагнути її виявити. Дуже часто помилки, приписувані персоналові або споживачам, насправді виникають через недогляди у наданні послуг, пов'язані зі складними операціями і неадекватними методиками, навколишнім середовищем, робочими умовами, підготовкою кадрів, інструкціями або ресурсами.

Сучасні статистичні методи можуть допомогти в більшості випадків при збиранні даних та їхньому застосуванні, якщо мова йде про поліпшення розуміння запитів споживачів, управління процесами, вивчення можливостей, прогнозування або вимір якості для спрощення прийняття рішення. Повинна існувати програма, спрямована на постійне підвищення якості послуг, а також на

досягнення результативності та ефективності повного операційного циклу надання послуги, включаючи визначення:

- характеристик, у випадку поліпшення яких споживачі одержали б найбільше задоволення своїх потреб;
- будь-яких змін вимог ринку, що, ймовірно вплинуть на клас наданої послуги;
- будь-яких відхилень від заданої якості послуг, що відбуваються внаслідок неефективності або недостатності контролю, передбаченого в системі якості;
- можливості зниження витрат у процесі надання послуг і підвищення якості наданих послуг. (Це вимагає застосування системних методів кількісної оцінки витрат і одержуваної вигоди).

Витрати на якість співвідносяться з обсягом реалізованих послуг. Причому під реалізованими тут розуміються ті послуги, що вже оплачені. Однак, обсяг реалізації, оскільки він залежить від сезонних факторів або будь-яких інших циклічних змін, не може бути достовірною базою, оскільки він буде занадто мінливий, у той час, як обсяг надання послуг і витрати на якість можуть залишатися відносно постійними. Крім того, тут необхідно відзначити, що обсяг реалізованих послуг відрізняється від обсягу наданих послуг, оскільки послуги надані споживачеві на даний момент можуть бути ще не оплачені. Так само і обсяг наданих послуг може не збігатися з обсягом реально реалізованих. Звичайно ж рішення про те, до якої бази вимірів відносити витрати на якість: до вартості наданих послуг, або до їх кількості – повинне бути прийняте керівником. Він при цьому повинний бути впевнений, що отримані результати дійсно відображають реальну та об'єктивну картину витрат на якість.

Оскільки ефективність бізнесу вимірюється величиною прибутку, то й «ефективне управління і контроль за якістю послуг готелю є життєво / важливими. Більшість витрат, що забезпечують якість послуг і безпосередньо пов'язані з діяльністю готелю в звітах, аналітичних розробках тощо, надаються для розгляду керівництву. Своєчасний структурний аналіз цих витрат використовується керівником готелю для забезпечення ефективного управління процесом надання послуг. Як правило, витрати на задоволення запитів потенційних споживачів послуг складають значні суми, але вони не виводяться окремим рядком у видатковій частині бюджету готелю, носять переважно анонімний характер і безпосередньо не впливають

на рівень його прибутковості. З метою оптимізації системи управління готелем в цілому, володіння реальною інформацією про всі фактори, що впливають на вартісні величини послуг на всіх етапах їх надання і реалізації, усі витрати на забезпечення якості послуг повинні бути виявлені, оброблені та проаналізовані. Тільки в цьому випадку керівництво готелю отримує важливий і могутній додатковий важіль управління. Витрати на проектування можуть бути значно знижені або навіть зведені до нуля. Однак, існує категорія неминучих витрат, розмір яких може бути визначений і які являють собою постійну складову видаткової частини бюджету готелю. Це витрати на функціонування системи якості, обслуговування обладнання, контроль якості послуг і деякі інші. Вони і необхідні для підтримки якості послуг на заданому рівні і можуть складати в 2–3* готелях від 5% до 25% сумарних витрат на надання послуг. У великих готелях витрати на забезпечення якості послуг можуть розподілятися таким чином:

- витрати на попереджувальні заходи – 5 %;
- витрати на надання послуг та усунення дефектів – 70 %;
- витрати на контроль якості – 25 %.

В абсолютному вираженні сума коштів, що витрачається на попереджувальні заходи і контроль, значно нижча від суми коштів, необхідних для усунення браку на всіх етапах надання послуг і покриття витрат на відшкодування збитку, у тому числі морального, споживачам у разі надання їм неякісних послуг. Тому навіть значне збільшення частки витрат на попереджувальні заходи покликане знизити кількість недочасів і дати істотну економію загальних витрат планування і зниження витрат у первинних проектах за кожним типом послуг і за кожним вартісним фактором, робота серед персоналу з проведення заходів, що спрямовані на зниження витрат; визначення обсягу витрат на нові послуги шляхом всебічної оцінки, характеристики послуг, проведення аналізу ефективності схеми управління витратами.

З перерахованих вище аспектів видно, що всі етапи діяльності готелю з реалізації та надання послуг містять у собі елементи управління витратами.

З метою управління витратами, пов'язаними з забезпеченням якості послуг, необхідно розрізняти базові, що утворюються в процесі розробки, освоєння і надання нових послуг і надалі до моменту закінчення їх надання, і додаткові, пов'язані з їх удосконаленням і

поновленням втраченого (недоотриманого у порівнянні із запланованим) рівня якості. Основна частина базових витрат відображає вартісну величину факторів надання послуг, такі як загальногосподарські витрати готелю, що відносяться до надання конкретної послуги через кошторис витрат. Додаткові витрати містять у собі витрати на оцінку і витрати на запобігання втрат якісних характеристик послуг. До першого відносяться витрати, що несе готель для того, щоб визначити, чи відповідають послуги запланованим умовам. Частково вони включають витрати на контролюючий персонал, спеціальне устаткування і накладні витрати відділу якості. Іншу частину складають витрати на інформацію в сфері реалізації послуг, на вивчення думки споживача про їхню якість, а саме: розробку, організацію і проведення спеціальних вибіркового обстежень, включаючи інструментарій і витрати на оплату персоналу. До другого відносяться витрати на удосконалення послуг, що не відповідає стандартам, кращим світовим зразкам, вимогам споживача, на перевірку, ремонт, удосконалення готельних фондів, оснащення готелю тощо. До цієї групи також включаються витрати на впровадження системи управління якістю, у тому числі її технічне забезпечення, розробку стандартів, витрати на документацію, на персонал (його підбір, підготовку, оплату праці тощо).

Існує ще одна група витрат, які при їхньому виникненні варто відносити або до базових, або до додаткових залежно від новизни послуг. Їхня величина може істотно коливатися і складатися як з витрат на надання послуг, що надалі виявляться неякісними, так і на оплату морального або фізичного збитку, що нанесені цими послугами.

Для аналізу витрат на забезпечення якості послуг використовується різна інформація. Але перш ніж розпочати її збирання, варто визначити її призначення.

Мета збирання даних у процесі вартісного аналізу якості може полягати у наступному:

- зниженні витрат на надання послуг при збереженні їхньої якості;
- зниженні витрат на послуги за одночасного поліпшення їхніх властивостей;
- підвищенні питомих витрат, що дозволяє домогтися високого рівня якості, що надає переваги в порівнянні з конкурентами і веде до збільшення обсягу продажів;

- визначення обсягу витрат по видах для зміни їхньої структури, але збереження обсягу надання послуг, що дозволяє підтримати сформований рівень ціни з метою випередження конкурента за якістю аналогічної послуги;
- збільшення обсягу надання послуг без зниження їх якості;
- аналіз відхилень від встановлених вимог на всіх етапах надання послуг;
- контроль за якістю послуг;
- формування ціни на послуги. Звідси видно, що частково дані про якість, які особливо стосуються
- характеристик послуг і технологій їх надання, знаходяться в сфері діяльності виробника послуг, частково в сфері реалізації на конкурентному ринку.

Скорочує витрати часу на обробку даних розробка і використання таких видів носіїв, що роблять можливими попередні висновки відразу після збору даних. Для цього необхідно зафіксувати джерело інформації (дату, коли вона збиралася, персонал, задіяний у наданні послуг, устаткування, партію використаних товарно-матеріальних запасів тощо) у таблицях, які полегшують і прискорюють обробку статистичних даних, що використовуються при прийнятті оперативних управлінських рішень і для подальшого більш глибокого аналізу математичної статистики взаємозв'язків і тенденцій. Більш складним, трудомістким і дорогим є отримання зовнішньої інформації. Частина її міститься в рекламних професійних виданнях, прайс-листах, матеріалах періодичної преси і спеціальній літературі. Ці дані більш надійні в порівнянні з тими, що отримуються шляхом проведення спеціальних вибіркового досліджень з вивчення думки споживачів про ціну і якість послуг. Однак інформацію, одержувану шляхом вибіркового моніторингу, важко чим-небудь замінити, якщо готель хоче врахувати бажання споживача з метою збільшення обсягу продажів шляхом поліпшення властивостей послуг. З цією метою можна використовувати опитування персоналу готелю, що безпосередньо спілкується з гостями, посередників у ланцюжку реалізації готельних послуг і споживачів, або проводити анкетування клієнтів, які в процесі обробки даних необхідно розбити на групи (класи). Це дозволить визначити думку різних соціальних, вікових тощо груп клієнтів про якість готельних послуг.

При збиранні таких даних за обмеженою кількістю споживачів, особливо за малої вибірки, зручна побудова діаграм розсіювання, що

дозволяють дослідити залежність між ціною і якістю пропонованих послуг. Цими змінними можуть бути:

- характеристика якості або факторів, що впливають на неї;
- різні характеристики якості;
- альтернативні фактори, що впливають на одну характеристику якості.

Доцільно хоча б однією із змінних брати показник, що виражає витрати на і якість, створення або підтримку якої-небудь властивості послуги, тобто її і вартісну величину.

Зі зміною досягнутого рівня якості змінюються і величини складених витрат, і, відповідно, їхня сума – загальні витрати на якість. Зменшення складової (витрати на усунення недостачі) значно знижує рівень загальних витрат на надання послуг.

Заходи щодо підвищення якості послуг повинні враховувати необхідність як короткострокового, так і довгострокового підвищення якості і містити в собі:

визначення даних для збирання та аналізу даних і пріоритетний розгляд тих операцій, що справляють найбільш несприятливий вплив на якість послуг;

передачу результатів аналізів за зворотним зв'язком оперативному керівництву з рекомендацією щодо негайного підвищення якості послуг;

періодична доповідь вищому керівництву для аналізу рекомендацій щодо довгострокового підвищення якості послуг. Співробітники різних підрозділів готелю, працюючи разом, можуть запропонувати корисні ідеї щодо підвищення якості і зниження витрат. Керівництво повинне спонукати персонал на всіх рівнях до внесення свого внеску до програм підвищення якості, заохочуючи їхні зусилля та участь.

Людські ресурси. Найбільш важливий ресурс у будь-якому готелі – його кадри, оскільки поведінка і робота кожного співробітника впливають на якість надання послуг.

З метою стимулювання персоналу, його зростання, встановлення необхідних взаємин і виконання роботи керівництво повинне:

- підбирати співробітників на основі їхньої здатності задовольняти кваліфікаційним вимогам, встановленим для певного виду роботи;
- забезпечувати умови роботи, що сприяють найкращому виконанню співробітниками своїх обов'язків, а також спокійні ділові взаємини;

- реалізовувати можливості кожного співробітника готелю, використовуючи послідовні, творчі методи роботи і можливості щодо більшого залучення до роботи з забезпечення якості;
- забезпечити розуміння співробітниками своїх завдань і цілей, включаючи їхній вплив на якість;
- звертати увагу на те, щоб весь персонал відчував свою причетність і вплив на якість послуг, що надаються;
- заохочувати зусилля персоналу, спрямовані на підвищення якості, визнаючи заслуги і нагороджуючи за конкретні досягнення;
- періодично проводити оцінку факторів, що стимулюють співробітників до забезпечення якості послуг;
- планувати просування по службі і зростання співробітників;
- впровадити систему планових заходів щодо підвищення професійних умінь і навичок персоналу.

Освіта дозволяє усвідомити необхідність змін і забезпечує засоби, за допомогою яких можна здійснити зміни і професійне зростання. До важливих елементів професійного зростання персоналу готелю з якості відносяться:

- підготовка в області загального управління якістю, включаючи фахівців з витрат, пов'язаних з якістю, і оцінки ефективності системи якості;
- підготовка персоналу готелю (вона не повинна обмежуватися лише тими, хто безпосередньо відповідає за якість);
- навчання персоналу з питань політики готелю у сфері якості, цілей і концепцій задоволення запитів споживачів; фаза розробки послуги-типовий зразок (кімната в готелі), вид відповідної оцінки, наприклад – перевірка документації, експертна оцінка та випробування типового зразка заходу щодо забезпечення якості послуг;
- експертна оцінка, яку здійснює сам готель, незалежна інстанція, зареєстрований акредитований орган із сертифікації. Системність управління якістю може бути представлена як:
- визначення цілей і пропозиція рівнів обслуговування клієнтів;
- визначення необхідних ресурсів, у тому числі трудових, для забезпечення процесу обслуговування;
- визначення методик і технологій виконання процесу обслуговування;

- управління ресурсами, призначеними для здійснення даного процесу обслуговування, включаючи мотивацію персоналу;
- спостереження за ходом процесу, аналіз результатів його виконання і корекція процесу обслуговування.

Якість послуг повинна гарантувати споживачеві задоволення його запитів, їх надійність і оптимізацію витрат на їх надання. Ці властивості формуються в процесі діяльності готелю з надання послуг на всіх її етапах і у всіх ланках. Разом з ними утворюється вартість послуги, що характеризує ці властивості від планування її розробки до її реалізації. Це дозволяє конкретизувати принцип гарантії якості і визначити, на якому етапі діяльності і в якому підрозділі вона реалізується. Оскільки за кожний етап у підрозділі несе відповідальність керівник, відомо, хто відповідає за якість послуги.

Як правило, у готелі виділяють такі етапи діяльності у сфері забезпечення якості послуг: планування, розробка послуги, підготовка до її надання, контроль за її наданням, перевірка якості в процесі споживання. При цьому гарантією якості на перерахованих етапах є відповідальність кожного підрозділу – учасника процесу. Функціональні заходи готелю з управління витратами на якість такі:

– планування надання послуг (визначення обсягу цільових витрат на основі планування нових послуг і планування прибутку, та розподіл їх на складові і надання цільового обсягу послуг);

– розробка послуг (визначення витрат на основі моделі, за якою визначаються цільові витрати і вжиття необхідних заходів для досягнення оптимального співвідношення між обсягами і витратами, визначеними за моделлю);

– підготовка готелю до надання послуг (визначення і планування витрат за тимчасовим принципом, після якого здійснюється оцінка обсягу цільових витрат і вжиття заходів для зменшення відхилень з визначення обсягу капіталовкладень в обладнання, оцінка оснащення і плани надання послуг, умов їх надання і прийняття рішень щодо їх асортименту та обсягу);

– постачання (оцінка планів постачання та умов закупівлі, встановлення контролю за цінами постачальників, порівняння цільового і реального зниження витрат, аналіз і вжиття необхідних заходів, оцінка можливостей зниження цін постачальників, надання допомоги постачальникам у здійсненні заходів для зниження їхніх витрат);

– надання послуг та контроль цього процесу (здійснення управління витратами через фінансово-економічні і виробничі відділи);

– ознайомлювальна програма з якості, що може включати інструктаж і навчальні курси для нових співробітників, а також програми періодичної перепідготовки для кадрових співробітників;

– методики для уточнення і перевірки належного рівня підготовки, отриманої персоналом;

– підготовка в області управління технологічним процесом надання готельних послуг, збирання даних і аналізу, визначення та аналізу проблем, коригувальних дій і підвищення якості, спільної роботи і методів взаємин;

– необхідність ретельної оцінки, атестації персоналу і надання відповідної допомоги, а також заохочення;

– оцінка діяльності персоналу для визначення його потенційних можливостей і необхідності професійного зростання. Обслуговуючий персонал і особливо ті, хто безпосередньо взаємодіє зі споживачами, повинні мати відповідні знання і необхідні навички спілкування. Вони повинні вміти сформувати робочу команду, що може взаємодіяти природним чином із зовнішніми організаціями і споживачами, забезпечуючи своєчасне і регулярне надання послуг.

Спільні заходи, наприклад, форуми з підвищення якості, можуть виявитися ефективними для поліпшення взаємин між персоналом і надати можливість для активної участі і співробітництва у вирішенні проблем.

Систематичне спілкування в рамках готелю повинне стати характерною рисою на всіх рівнях управління. Важливим засобом розвитку взаємодії і операцій з надання послуг є наявність відповідної інформаційної системи. До методів взаємодії можуть відноситися:

- інструктажі керівництва;
- наради з обміну інформацією;
- документована інформація;
- засоби інформаційних технологій.

Матеріальні ресурси, необхідні для операцій з обслуговування в готелі, можуть включати:

- устаткування і майно, що забезпечує надання послуг;
- складські приміщення, транспортні та інформаційні системи;
- прилади, інструменти, програмне забезпечення для оцінки якості послуг;

- роботу і технічну документацію.

Слід також відзначити, що в управлінні якістю обслуговування в готелі особливе місце займає гостинність. Цей термін визначає прояв персональної уваги до гостя, здатність персоналу відчувати його потреби.

Висновок

Досягнення і підтримка певного рівня якості послуг в готелі залежить від системного підходу до управління нею, що покликаний забезпечити розуміння і задоволення потреб споживача. Досягнення певного рівня якості робить необхідним дотримання принципів якості на всіх рівнях в готелі, а також постійний аналіз і поліпшення створеної системи управління якістю. Остання заснована на зворотному зв'язку сприйняття споживачами наданих послуг.

Успішне здійснення управління якістю на етапі надання послуг створює значні можливості для: поліпшення надання послуг і задоволення вимог споживача; підвищення продуктивності, ефективності і скорочення витрат; розширення ринку.

Для досягнення цих переваг у системі якості послуг повинні також враховуватися аспекти людського фактору, залучення до надання послуги, за допомогою: управління соціальними процесами, пов'язаними з наданням послуг; розгляд взаємодії людей як однієї з вирішальних складових частин якості послуг; визнання важливості сприйняття образу, що створився в споживача про готель, культуру і та процес надання послуг; розвитку умінь і здатностей персоналу; стимулювання зацікавленості персоналу у підвищенні якості і задоволенні очікувань споживача.

Принципи системи якості послуг. Споживач є центральною ланкою трьох ключових аспектів системи якості. Задоволеність споживача може бути досягнута лише за наявності гармонії між відповідальним керівництвом, людськими і матеріальними ресурсами, а також структурою системи якості.

Керівництво несе відповідальність за розробку політики в області якості послуг і задоволення споживачів. Її успішна реалізація залежить від тієї уваги, яку керівництво приділяє розробці та ефективному функціонуванню системи якості.

Реалізація політики в області якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей в області якості. Першочергові задачі повинні включати: постійне задоволення вимог

споживачів з погляду професійних стандартів і етики; безперервне підвищення якості послуг; врахування соціальних потреб; ефективність при наданні послуг.

Обслуговуючий персонал і особливо ті, хто безпосередньо взаємодіє зі споживачами, повинні мати відповідні знання і необхідні навички спілкування. Вони повинні вміти сформувати робочу команду, що може взаємодіяти природним образом із зовнішніми організаціями і споживачами, забезпечуючи своєчасне і регулярне надання послуг.

Систематичне спілкування в рамках готелю повинне стати характерною рисою на всіх рівнях управління. Важливим засобом розвитку взаємодії і операцій з надання послуг є наявність відповідної інформаційної системи.

Слід також відзначити, що в управлінні якістю обслуговування в готелі особливе місце займає гостинність. Цей термін визначає прояв персональної уваги до гостя, здатність персоналу відчувати його потреби.

Впровадження систем управління якістю в органах виконавчої влади. Системи управління якістю впроваджуються не тільки на підприємствах промисловості, але й у державному секторі.

Як свідчить світовий досвід, найбільш прогресивним напрямком у підвищенні результативності та ефективності роботи державних органів є системний підхід до організації діяльності, що базується на принципах загального управління якістю і відповідних міжнародних стандартах з управління якістю. Системний підхід полягає у координації усіх аспектів діяльності, постійному плануванні, управлінні взаємопов'язаними процесами для результативного та ефективного досягнення цілей.

Система управління, побудована за такою моделлю, охоплює усі організаційні, ресурсні, методологічні і, що найбільш важливо, соціальні фактори, веде до помітного підвищенню ефективності управління, націлена на безперервний саморозвиток і удосконалення.

Як показує аналіз діяльності органів виконавчої влади та інших державних структур України, Російської Федерації, європейських країн, США, Японії, які працюють у системі управління якістю, створення системи управління якістю та її постійне удосконалення є ефективним інструментом для досягнення цілей діяльності, викладених у Положеннях про структурні підрозділи.

У світі інтерес до впровадження MC ISO серії 9000 у діяльність органів виконавчої влади постійно підвищується. Це призвело до створення настанови ISO: IWA 4 Системи управління якістю – Настанова щодо впровадження ISO 9000:2000 у місцевому самоврядуванні (Quality Management Systems – Guidelines for the application ISO 9000:2000 on Local Governments).

Системи менеджменту якістю відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001:2001 вже ефективно функціонують у державних органах багатьох країн світу. Так, у США система менеджменту якістю має статус офіційної системи удосконалення управління у всіх федеральних виконавчих органах влади. У Японії систему менеджменту якістю запроваджено майже у 90 % муніципальних органів.

Україна також долучилася до впровадження систем управління якістю на підприємствах та в органах виконавчої влади. Так, 11 травня 2006 р. Кабінетом Міністрів України було прийнято постанову № 614 «Про затвердження Програми запровадження системи управління якістю в органах виконавчої влади», якою визначено та затверджено Програму запровадження системи управління якістю в органах виконавчої влади.

Необхідність розроблення Програми запровадження системи управління якістю в органах виконавчої влади обумовлена:

відсутністю єдиних для всіх органів виконавчої влади стандартів і процедур діяльності; недостатньою орієнтованістю діяльності органів виконавчої влади на задоволення потреб споживачів, зокрема у сфері надання послуг;

низькою якістю значної кількості послуг, що надаються органами виконавчої влади; потребою у здійсненні додаткових заходів щодо запобігання проявам корупції серед посадових осіб, уповноважених на виконання функцій держави.

Протягом останніх років на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 11.05.06 № 614 на державному рівні відбувається практичне запровадження систем управління якістю для вдосконалення діяльності. Прикладами є Головне управління державної служби України, мерія міста Комсомольськ на Полтавщині, обласні держадміністрації Луцька, Донецька, Бердянська, де за ініціативи перших керівників проведено професійне навчання службовців і здійснюється вдосконалення систем управління відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Система управління якістю дозволяє чітко визначити і управляти взаємопов'язаними та взаємодіючими процесами, правильно поставити і досягти вимірні цілі діяльності, при цьому стає можливим:

чіткий розподіл відповідальності між усіма співробітниками щодо реалізації поставлених

цілей та завдань;

усунення надлишкових функцій;

уніфікація документообігу;

внутрішній контроль, спрямований на оперативне усунення виявлених невідповідностей, коригування і впровадження попереджувальних дій.

Тема 2. РОЗВИТОК СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Питання для розгляду:

1. Поняття та особливості якості готельних послуг, проблеми якості.
2. Управління і проектування якості надання готельних послуг, державна політика у сфері якості.
3. Аналіз надання послуги і підвищення її якості.
4. Державне регулювання якості послуг та продукції.
5. Сертифікація продукції.

Готельне господарство України в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій стає всі більш динамічною і пріоритетною сферою економічної діяльності. Міжнародний досвід свідчить, що розвиток готельного господарства сприяє зростанню надходжень до бюджетів всіх рівнів, створює нові робочі місця, формує сприятливий туристичний імідж країни. Тобто ефект лежить як у економічній, так і у соціальній площині.

Разом з тим сучасні дослідження показують, що на підприємствах готельного господарства спостерігається значна невідповідність зростаючих потреб і запитів споживачів обсягам і якості пропонованих послуг. Це зумовлено застарілою матеріально-технічною базою підприємств, обмеженістю інвестиційної активності, недостатнім рівнем професійної підготовки персоналу, слабкою рекламою тощо. Підвищення якості готельних послуг є ключовим чинником розвитку готельного бізнесу в Україні.

1. Поняття та особливості якості готельних послуг

Якість обслуговування – це комплексна категорія, один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств, об'єкт аналізу, планування і управління. Головною складовою всієї системи якісного обслуговування є якість готельних послуг.

Згідно міжнародного стандарту ISO 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які здатні задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів. Якість спонукає клієнта обрати той або інший продукт (якщо не брати до уваги фактор ціни), у деяких сегментах ринку, якість впливає на рішення клієнта

скористатись послугами певного готелю, а не готелю-конкурента. Між якістю і успішною реалізацією готельних послуг існує прямо пропорційна залежність, тому погіршення якості зумовлює втрату клієнта.

Продуктом кінцевої діяльності будь-якого підприємства гостинності є виробництво готельних послуг. Послуги, що надаються, повинні відповідати вимогам, що передбачають додаткові зручності для споживачів, їх привабливість та престижність. Стандартом в обслуговуванні є певний комплекс обов'язкових до виконання правил, що гарантують встановлений рівень якості всіх операцій.

Організація надання послуг регламентується деякими нормативними актами, серед яких: Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Загальні вимоги»; Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів»; Державний стандарт України ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», Державний стандарт України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги», Державний стандарт України ДСТУ 4527:2006 «Засоби розміщування. Терміни та визначення», ДСТУ ISO 9004-2-96 «Управління якістю та елементи системи якості» та ін.

Механізм управління якістю готельних послуг повинен спрямовуватись на вироблення управлінських рішень і здійснення комплексу управлінських дій щодо планування, надання та реалізації послуг високого рівня якості.

На якість обслуговування у готелях впливають такі чинники:

- матеріально-технічна база – зручне планування і якісне оформлення приміщень, умеблювання, якість білизни, сучасні телекомунікації;
- технологія обслуговування;
- високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу;
- управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якісного обслуговування, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення

обслуговування шляхом розробки ефективної організаційної структури управління.

У міждержавному досвіді щодо визначення якості обслуговування виділяється два підходи: якість обслуговування визначається на основі оцінки корисних характеристик процесу надання послуг; оцінка недоліків в процесі обслуговування клієнтів.

Згідно першого підходу критерієм високої оцінки якості обслуговування у готелях є наявність корисних властивостей і особливостей процесу надання послуг, які зумовлюють задоволення у клієнтів. Сутність другого підходу пов'язується з відсутністю недоліків обслуговування, що сприяє досягненню високого рівня якості обслуговування.

Щодо визначення структури якості обслуговування насамперед виділяється японський і американський підходи.

Японські фахівці виділяють п'ять структурних категорій якості обслуговування:

- внутрішню якість (непомітна для споживачів) – виявляється у якості організації послуг, технології обслуговування, функціональній взаємодії підрозділів;
- матеріальна якість (помітна для споживачів) – відображається в особливостях оформлення інтер'єру – дизайні, умеблюванні, білизні, якості посуду, використовуваних матеріалах та ін.;
- нематеріальна якість – представлена рівнем загального комфорту, естетичним оформленням, наявністю музичного оформлення, реклами;
- психологічна якість – проявляється у дотримуванні принципів гостинності обслуговуючим персоналом;
- тривалість обслуговування – охоплює час очікування, оперативність та швидкість обслуговування.

Американські фахівці якість обслуговування розглядають у складі трьох категорій:

- технічної якості – дотримання готельним підприємством стандартних вимог щодо матеріально-технічної бази: архітектури і планування будівлі, оформлення інтер'єру, забезпечення якісними меблями, необхідним обладнанням для водопостачання, постачання тепла, енергії, забезпечення інформаційними комунікаціями та ін.;
- функціональна якість пов'язується із здатністю персоналу якісно виконувати професійні обов'язки, відображає ефектні

елементи в процесі обслуговування клієнтів – оперативність процесу бронювання, реєстрації і поселення, обслуговування у номерах та ін.;

- етична (соціальна) якість – це позиції підприємства на ринку, визначені на основі моніторингу ринку серед клієнтів, незалежних експертів, проведення соціологічних досліджень.

Якість готельних послуг відповідає загальним особливостям нематеріального виробництва і характеризується такими рисами: невідчутність, нездатність до зберігання, мінливість у дотриманні якісних показників. Готельні послуги головним чином невідчутні, оскільки не зумовлюють отримання матеріальних благ, вони не існують до їхнього надання. Невідчутність послуг унеможливорює оцінку якості до споживання, якість можна порівняти лише після отримання вигоди. Якості готельних послуг властива висока невизначеність, яка утруднює їхнє споживання клієнтами та просування послуг на ринок.

Якість готельних послуг повинна відповідати встановленим стандартам. Форма і зміст стандартів є критерієм якісного обслуговування. Критерій оцінки якості готельних послуг для клієнта – це ступінь його задоволення, тобто відповідність

отриманого і очікуваного. Критерієм задоволення клієнта – є бажання повторно відвідати і порекомендувати готель і залучити у готель більше клієнтів серед знайомих і родичів.

Основним документом, що визначає взаємовідносини між адміністрацією, персоналом готельного підприємства і споживачами є «Правила надання готельних послуг», розроблені у відповідності до закону України «Про захист прав споживачів». Згідно правил надання готельних послуг, якість послуг повинна відповідати умовам договору, якщо договір відсутній або недостатньо обґрунтований, вимогам, що висуваються до цього виду послуг.

2. Управління і проектування якості надання готельних послуг

У своєму становленні готельний ринок за часів незалежної України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є низька конкурентоспроможність готельних послуг, яка формується рівнем ціни та якістю послуг. За рахунок зміни нормативної бази, високого податкового тиску, відсутності могутніх міжнародних готельних мереж.

Сьогодні в Україні надають свої послуги 1126 готелів, з яких лише шість п'ятизіркових («Прем'єр Палац», «Опера», «Хаятт», «Інтерконтиненталь» у м. Київ, «Донбас-Палас» у м. Донецьк, «Україна» у м. Дніпропетровськ, «Оргодос» у м. Одеса). Понад дві третини готельних підприємств України знаходяться у приватній власності.

У цілому в Україні на 1 тис. населення кількість готельних номерів складає 2, у Києві – 6, в Європі 14-18. За різними оцінками, Київ має потребу ще у 12-15 тис. готельних номерів. Із 8700 номерів столичних готелів тільки 3% відповідають міжнародним стандартам. При цьому вартість готельних послуг становить у Києві від \$160 до \$470 за добу, і вона постійно зростає, (необхідно врахувати, що завантаження готелів всіх категорій складає приблизно 60%, а в сегменті чотири і п'яти зірок деколи досягає 72%). Тобто ціни часто є вищими за середньоєвропейські, а рівень обслуговування переважно нижчий.

Основною проблемою для кожного готельного підприємства є стабільність звернень споживачів, втрата клієнтів негативно впливає не тільки на доходи підприємства, але і на його імідж. Дані досліджень, опубліковані в «US news» і «World Report», свідчать, що основну масу клієнтів готельні підприємства втрачають через недостатню якість послуг, зокрема через погане обслуговування втрачається в п'ять разів більше клієнтів, ніж через поганий продукт.

Ключовим фактором успіху готельного підприємства в сучасних умовах виступає політика підвищення якості готельних послуг. Для вітчизняних готельних підприємств формула «ціна – якість» виступає вагомим чинником досягнення оптимального рівня прибутковості.

Продуктом кінцевої діяльності будь-якого підприємства гостинності є виробництво готельних послуг. Послуги, що надаються, повинні відповідати вимогам, що передбачають додаткові зручності для споживачів, їх привабливість та престижність. Під управлінням якістю послуг розуміють постійний, планомірний, цілеспрямований вплив на всіх рівнях на фактори та умови, що забезпечують надання послуг оптимальної якості і повноцінне їх споживання.

Управління якістю як механізмом чи процесом в готельному бізнесі має на увазі: точне формулювання значення поняття якості стосовно кожного конкретного підприємства; розуміння управлінським персоналом відмінності між поняттями якості і цінності; сприйняття якості як процесу, що має на увазі

безперервність зусиль по задоволенню потреб клієнтів; розуміння зв'язків між якістю і корпоративною культурою.

У сучасній теорії і практиці управління якістю готельних послуг виділяють 5 основних етапів:

- Прийняття рішень щодо переліку послуг, що надаються, і підготовка умов щодо їх надання.
- Перевірка готовності готелю до надання цих послуг і розподіл організаційної відповідальності.
- Процес надання послуг.
- Усунення дефектів і забезпечення зворотного зв'язку з метою внесення в процес надання послуг і контролю за цим змін, що дозволяють уникати виявлених дефектів у майбутньому.
- Розробка довгострокових планів з якості.

Здійснення цих етапів неможливе без взаємодії усіх підрозділів системи управління готелем. Така взаємодія носить назву єдиної системи управління якістю. Це забезпечує системний підхід до управління якістю готельних послуг.

Система управління якістю послуг включає функції стратегічного, тактичного та оперативного управління; прийняття рішень, управляючих впливів, аналізу та обліку, інформаційно-контрольної діяльності; управління науково-технічними, виробничими, економічними і соціальними факторами і умовами та ін.

Повинна існувати програма, спрямована на постійне підвищення якості послуг, а також на досягнення результативності та ефективності повного операційного циклу надання послуги, включаючи визначення:

- характеристик, у випадку поліпшення яких споживачі одержали б найбільше задоволення своїх потреб;
- будь-яких змін вимог ринку, що, ймовірно вплинуть на клас наданої послуги;
- будь-яких відхилень від заданої якості послуг, що відбуваються внаслідок неефективності або недостатності контролю, передбаченого в системі якості;
- можливості зниження витрат у процесі надання послуг і підвищення якості наданих послуг. (Це вимагає застосування системних методів кількісної оцінки витрат і одержуваної вигоди).

Заходи щодо підвищення якості послуг повинні враховувати необхідність як короткострокового, так і довгострокового підвищення якості і містити в собі:

- визначення даних для збирання та аналізу даних і пріоритетний розгляд тих операцій, що справляють найбільш несприятливий вплив на якість послуг;
- передачу результатів аналізів за зворотним зв'язком оперативному керівництву з рекомендацією щодо негайного підвищення якості послуг;
- періодична доповідь вищому керівництву для аналізу рекомендацій щодо довгострокового підвищення якості послуг.

Співробітники різних підрозділів готелю, працюючи разом, можуть запропонувати корисні ідеї щодо підвищення якості і зниження витрат. Керівництво повинне спонукати персонал на всіх рівнях до внесення свого внеску до програм підвищення якості, заохочуючи їхні зусилля та участь.

Основними напрямками реалізації стратегічних заходів у сфері якості готельних послуг повинні стати:

розробка організаційно-економічного механізму територіального управління якістю готельних послуг;

розробка єдиної системи державного контролю якості цих послуг; впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готельного господарства;

організація системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів з питань управління якістю в діяльності підприємств готельного господарства.

В умовах ринкових відносин впровадження якісних послуг в готельному господарстві є необхідним інструментом забезпечення його ефективної діяльності та посилення конкурентоспроможності.

3. Аналіз надання послуги і підвищення її якості

Необхідно ввести в практику готелю постійне проведення процесів перевірки якості готельних послуг з метою визначення та активного використання можливостей, що забезпечують її підвищення. Для реалізації таких оцінок керівництво повинне створити і забезпечити функціонування системи збирання та поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво повинне призначити осіб, відповідальних за систему інформації і підвищення якості послуг.

Одержання даних вимірів і функціонування послуг забезпечується за допомогою:

- оцінки, що проводиться готелем (включаючи управління якістю);
- оцінки, що проводиться споживачем (включаючи реакцію споживача, скарги споживачів, необхідність зв'язку);
- перевірок якості.

Аналіз цих даних дозволить оцінити ступінь достатності вимог до послуг, визначить можливості підвищення їх якості, а також їхню результативність і ефективність.

З метою забезпечення результативності та ефективності збирання та аналіз даних повинні являти собою цілеспрямовану, упорядковану і сплановану операцію, без будь-якого ризику або випадковості.

Встановлення систематичних помилок та їхньої причини, а також запобігання їм повинні бути основною метою аналізу даних. Основна причина помилки не завжди очевидна, але варто прагнути її виявити. Дуже часто помилки, приписувані персоналові або споживачам, насправді виникають через недогляди у наданні послуг, пов'язані зі складними операціями і неадекватними методиками, навколишнім середовищем, робочими умовами, підготовкою кадрів, інструкціями або ресурсами.

Сучасні статистичні методи можуть допомогти в більшості випадків при збиранні даних та їхньому застосуванні, якщо мова йде про поліпшення розуміння запитів споживачів, управління процесами, вивчення можливостей, прогнозування або вимір якості для спрощення прийняття рішення. Система управління якістю продукції являє собою сукупність управлінських органів і об'єктів управління, заходів, методів і засобів, спрямованих на встановлення, забезпечення і підтримку високого рівня якості послуг.

- Система управління якістю готельних послуг повинна включати:
- Завдання керівництва (політика у сфері якості, організація).
- Систему документації і планування.
- Документацію вимог і їх здійсненність.
- Якість під час розробки (планування, компетентність, документація, перевірка, результат, зміни).
- Якість під час закупівель, зберігання та переміщення ТМР (документація, контроль).

- Якість під час надання послуг (планування, інструкції, кваліфікація, контроль).
- Перевірка якості (вхідні перевірки, міжопераційний контроль, остаточний контроль).
- Коригувальні заходи.
- Документування якості.
- Внутрішній контроль за системою підтримки якості в готелі.
- Навчання персоналу з питань якості послуг.
- Аналіз якості і систем вжитих заходів. Контрольовані показники якості встановлюються залежно від специфіки послуг.

Управління якістю послуг у готельних підприємствах здійснюється у формі зовнішнього і внутрішнього контролю. Зовнішній контроль пов'язується з державними стандартами відображених у законодавчій, нормативно-технічній базі та міжнародних стандартах щодо діяльності у сфері готельного бізнесу, які в певному обсязі враховуються державними стандартами, процесом реалізації стандартів у формі сертифікації, ліцензування, а також здійснюється недержавними профільними організаціями, союзами, асоціаціями, корпораціями, підприємствами, що співпрацюють з готелями у створенні готельного і туристичного продукту. Найбільший зовнішній контроль якості здійснюється споживачами готельних послуг.

Внутрішній контроль здійснюється адміністрацією готельного підприємства і пов'язується з управлінням якістю організації, технології, функціональної взаємодії, матеріально-технічного забезпечення, загальним рівнем комфорту.

Зовнішній та внутрішній контроль якості послуг у готелях передбачає використання економічних, організаційних та соціально-психологічних методів. Економічні методи управління посідають найважливіше місце в системі методів менеджменту. Це зумовлене тим, то управлінські відносини визначаються насамперед економічними відносинами, в основу яких покладено об'єктивні потреби й інтереси людей. Визначення сукупності економічних важелів, за допомогою яких досягається ефект, що задовольняє вимоги колективу в цілому й кожного працівника зокрема є принциповим питанням для підприємств готельного бізнесу.

Управління якістю передбачає наявність управлінських систем у готелі, що контролюють організацію і пропозицію послуг:

– систему підбору персоналу і його навчання. Адміністрація готелю повинна організувати кадрову службу, що забезпечує підбір працівників, які володіють необхідними знаннями, мають навички надання послуг високої якості, постійно контролює підвищення кваліфікації персоналу;

– систему контролю якості, стандартизацію пропонованих послуг. При розробці стандартів обслуговування у готелях власники і менеджери повинні чітко визначити ціль стандартизації. Стандарти повинні бути гнучкими, відповідати вимогам і побажанням клієнтів;

– система контролю ступеня задоволення клієнтів передбачає аналіз скарг і пропозицій клієнтів, порівняння якості послуг конкурентів з якістю власної пропозиції послуг.

Головні вимоги якісного обслуговування щодо персоналу у готельних підприємствах:

- ввічливість – персонал повинен бути люб'язним, привітним, уважним у стосунках з клієнтами;
- компетентність – незалежно від посадових обов'язків персонал повинен володіти необхідними знаннями і навичками здобутими в процесі професійного навчання і стажування;
- комунікабельність – швидка реакція персоналу і виконання у найкоротші терміни побажань клієнтів;
- розуміння темпераменту клієнта – обслуговуючий персонал готелів повинен розуміти особливості психології кожного клієнта;
- готельні підприємства та готельні послуги повинні бути безпечними для життя та здоров'я клієнта, комфортними, персонал повинен користуватись довірою клієнта;
- доступність – готельні послуги повинні бути доступними в потрібний час і потрібному місці в необхідному обсязі.

Таким чином, ефективне управління якістю послуг у готелях передбачає створення системи стратегічного планування, підвищення якості послуг, дотримання норм стандартів обслуговування, системи контролю пропонованих послуг.

Отже, для покращення управління якістю готельних послуг на макrorівні обов'язковими є розробка державних, регіональних та територіальних програмних документів розвитку туризму на довгостроковий період з урахуванням наявних ресурсів та інфраструктури і з визначенням мети, завдань та стратегії його розвитку.

Що стосується напрямів удосконалення державного регулювання процесу формування системи управління якістю в готельному господарстві, то основними з них мають бути: узгодження туристичної, промислової, конкурентної, інноваційно-інвестиційної політики при формуванні та впровадженні систем управління якістю; проведення науково-дослідних робіт у галузі якості; розробка регіональних цільових комплексних програм з якості; посилення державного впливу на створення і функціонування готелів; дотримання вимог: безпеки та здоров'я споживачів послуг, санітарно-епідеміологічних, природоохоронних, пожежної безпеки, охорони праці, тощо.

Враховуючи прогресивний характер стандартів ISO серії 9000, система стандартизації готельних послуг в Україні постійно удосконалюється, що має призвести до суттєвого підвищення конкурентоспроможності вітчизняних готельних підприємств на світовому ринку.

4. Державне регулювання якості послуг та продукції

У системі державного управління якістю обслуговування у готелях визначальну роль відіграють нормативно-правові методи контролю, які гарантують високу стабільність та стійкість якості послуг. Необхідність підвищення якості обслуговування у готелях сьогодні також зумовлена невідповідністю національних стандартів до світових. З цієї причини на державному рівні виникла необхідність гармонізації національної та світової нормативно-технічної документації відповідно до чинної законодавчої бази України. Якістю послуг у готелях України регулюється *правовою та нормативною базою*. Правову базу забезпечує Закон України «Про туризм», Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», Закон України «Про підтвердження відповідності» та «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні». Основу регулювання у туристичній сфері економіки України, зокрема щодо якості послуг у готелях, становить Закон України «Про туризм». Цей Закон діє з 15 вересня 1995 р. Із змінами і доповненнями, внесеними Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. Він визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні принципи реалізації державної політики України у сфері туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України

прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що конкретні аспекти туристичної діяльності.

У розділі «Організація туристичної діяльності» визначені основні принципи сертифікації і стандартизації туристичної діяльності, проаналізовано основні напрямки Державної системи стандартизації та мету сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері туристичної діяльності. Стосовно готельної індустрії більш конкретними є Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», що діє з 10 травня 1993 р. із змінами і доповненнями, внесеними 3 лютого 2004 р. Він визначає правові та економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування. Дія Декрету поширюється на підприємства, установи і організації незалежно від форми власності та видів діяльності, що діють на території України, а також на громадян – суб'єктів підприємницької діяльності.

Категорія стандартів:

1. державні стандарти України (ДСТУ) галузеві стандарти (ГСТУ)
2. стандарти науково-технічних та інженерних товариств, спілок України (СТТУ)
3. технічні умови України (ТУУ)
4. стандарти підприємств (СТП)

У переліку державних категорій стандартів – національні стандарти, які затверджені Держкомстандартом України та містять обов'язкові і рекомендовані вимоги, яких необхідно дотримуватись.

До **обов'язкових вимог** належать:

- вимоги, що забезпечують безпеку продукції (послуг) для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища;
- вимоги техніки безпеки і гігієни праці з посиланням на відповідні санітарні норми і правила;

- метрологічні норми, правопис, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;
- положення, що забезпечують технічну єдність під час розробки, виготовлення та експлуатації продукції.

Галузеві стандарти розробляються на продукцію та послуги (зокрема туристичні) за відсутності державних стандартів України або у випадку необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів.

Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню. **Стандарти науково-технічних** та інженерних товариств, спілок, розробляються при необхідності поширення результатів фундаментальних та прикладних досліджень, отриманих в окремій сфері знань або професійних інтересів.

Технічні умови – це нормативний документ, який розробляють для встановлення вимог, що регулюють стосунки між постачальником (розробником, виробником) продукції (послуг), для яких відсутні державні або галузеві стандарти (необхідності конкретизації вимог зазначених документів).

Стандарти підприємств розробляються на продукцію (процеси, послуги), які виробляють і застосовують (надають) лише у конкретному підприємстві.

У Декреті Кабінету Міністрів України значна роль надається *сертифікації продукції*, яка здійснюється з метою:

- захисту прав та інтересів споживачів щодо якості та безпеки готельних послуг;
- констатування факту дотримання законодавства організацією щодо якості і безпеки готельних послуг;
- констатування відсутності суттєвих недоліків у наданні послуг та не дає права висунути проти готельного підприємства необґрунтовані претензії в умовах конкуренції;
- мотивацію керівників та персоналу підприємства на етапі до отримання сертифікату відповідності до вдосконалення показників якості обслуговування та на етапі після отримання сертифікату дотримуватись документального стандарту якості.

Державну систему сертифікації організовує державний комітет України з стандартизації, метрології та сертифікації – національний

орган України з сертифікації, який проводить та координує роботу щодо забезпечення її функціонування.

Він визначає основні принципи, структуру та правила системи сертифікації в Україні, затверджує перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації,

призначає органи з сертифікації продукції та *т. Сертифікація готельних послуг поділяється на обов'язкову та добровільну*. Щодо обов'язкової сертифікації, в Декреті зазначено, що вона в усіх випадках повинна включати перевірку та випробування продукції для визначення її характеристик і технічний нагляд. Кошти, витрачені заявником на обов'язкову сертифікацію продукції, враховуються у собівартості. Водночас передбачено, що орган із сертифікації продукції при проведенні обов'язкової сертифікації відповідає за необґрунтовану чи неправильну видачу сертифіката відповідності, порушення правил сертифікації.

Закон України «Про підтвердження відповідності» діє від 17 травня 2001 р. із змінами і доповненнями від 21 жовтня 2004 р. Він визначає правові та організаційні засади підтвердження відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналом та спрямований на забезпечення єдиної державної технічної політики у сфері підтвердження відповідності. Він регулює відносини, що виникають у процесі підтвердження відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, персоналу вимогам встановленим законодавством України.

Органами виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності є Кабінет Міністрів України, спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності, центральні органи виконавчої влади, на які покладені функції технічного регулювання та центральний орган виконавчої влади з питань економіки. Процедура підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері, до якої відноситься і надання готельних послуг, є обов'язковою для виробника (готелю) чи уповноваженого органу із сертифікації. Сертифікація готельних послуг є процедурою підтвердження відповідності. Готель підтверджує відповідність (не відповідність) своїх послуг усім зазначеним законодавством вимогам. Інший документ, що регулює якість послуг у готелях України – *«Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації України»*, затверджений наказом

Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 30 серпня 2001 р. До переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні належать готельні послуги та послуги харчування, що надаються суб'єктами туристичної діяльності.

До готельних послуг належать послуги готелів з ресторанами і окремо без ресторанів щодо яких визначені ідентичні вимоги. До іншої нормативної бази в Україні, згідно якої також регулюється якість послуг у готелях, належить два національні стандарти України: «Послуги туристичні Класифікація готелів», «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», а також «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг». Національний стандарт України, що стосується засобів розміщування поширюється на засоби розміщення, призначені для проживання туристів. Він встановлює їх класифікацію та загальні вимоги. Вимоги цього стандарту поширюється на суб'єкти господарювання, що надають послуги засобів розміщення. Інший нормативний документ, який відіграє одну з найважливіших функцій у покращенні якості готельних послуг – «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг», від 27 січня 1999 р. Сертифікація закладів розміщення та закладів харчування може здійснюватись за різними схемами, встановленими «Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг», де зазначений порядок їх проведення, права і обов'язки сторін.

5. Сертифікація продукції

Незважаючи на широкий перелік прийнятих законів, постанов та інструкцій, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних підприємств залишається низькою, а ціни й тарифи на послуги наближені до найвищих. Це пояснюється застарілою матеріально-технічною базою готелів та необхідністю коштів на її поновлення та поповнення. Недостатнє фінансування насамперед спричинене недосконалістю законодавчої системи України, а саме податковою політикою держави стосовно готельної індустрії. Недостатній професійний рівень як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, недосконалість технічного забезпечення підприємств – також вагомі проблеми підвищення якості готельних послуг. Вирішення цієї проблеми ускладнюється недосконалістю системи оцінки та контролю якості обслуговування і механізмом регулювання цін на послуги готелів України. Взаємозв'язок і взаємозалежність

якості послуг та рівня цін регулюється державою через систему стандартизації й сертифікації послуг.

Питання для самопідготовки

1. Особливості формування якості готельних та ресторанних послуг на сучасному етапі.
2. Роль державної політики в проектуванні процесів управління якістю.
3. Державне регулювання якості послуг та продукції в системі готельно-ресторанного господарства.
4. Види сертифікації продукції та роль сертифікації продукції

Тема 3.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ (СУЯ) ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Питання для розгляду:

1. СУЯ як механізм діяльності закладу готельно-ресторанного господарства у сфері управління якістю. Складові СУЯ (організаційна структура, методики процеси, ресурси).
2. Документація СУЯ, її рівень.
3. Настанови з якості. Політика закладу готельно-ресторанного господарства у сфері якості. Структура виробничо-торгових процесів закладів ресторанного господарства.
4. Структура процесів діяльності готелів з розміщування та надавання тимчасового проживання.
5. Структурно-функціональна схема процесів, необхідних для управління якістю продукції і послуг в готельно-ресторанному господарстві.
6. Процеси СУЯ на стадії маркетингових досліджень ринку готельних послуг і послуг харчування.
7. Аналіз даних кон'юнктури й оцінювання якості своїх послуг порівняно з послугами конкурентів, визначення постійних і потенційних споживачів, попиту на готельно-ресторанні послуги, уточнення потреб і вимог споживачів до готельних послуг та послуг харчування.
8. Рекламна діяльність.
9. Політика закладу ГРС.
10. Кодекс поведінки персоналу.

1. СУЯ як механізм діяльності закладу ГРС у сфері управління якістю

У системі державного управління якістю обслуговування у готелях визначальну роль відіграють нормативно-правові методи контролю, які гарантують високу стабільність та стійкість якості послуг. Необхідність підвищення якості обслуговування у готелях сьогодні також зумовлена невідповідністю національних стандартів до світових. З цієї причини на державному рівні виникла необхідність гармонізації національної та світової нормативно-

технічної документації відповідно до чинної законодавчої бази України.

Якість послуг у готелях України регулюється правовою та нормативною базою. Правову базу забезпечує Закон України «Про туризм», Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», Закон України «Про підтвердження відповідності» та «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні». Основу регулювання у туристичній сфері економіки України, зокрема щодо якості послуг у готелях, становить Закон України «Про туризм». Цей Закон діє з 15 вересня 1995 р. із змінами і доповненнями, внесеними Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. Він визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні принципи реалізації державної політики України у сфері туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності. У розділі «Організація туристичної діяльності» визначені основні принципи сертифікації

і стандартизації туристичної діяльності, проаналізовано основні напрямки Державної системи стандартизації та мету сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері туристичної діяльності. Стосовно готельної індустрії більш конкретними є Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», що діє з 10 травня 1993 р. із змінами і доповненнями, внесеними 3 лютого 2004 р. Він визначає правові та економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування. Дія Декрету поширюється на підприємства, установи і організації незалежно від форми власності та видів діяльності, що діють на території України, а також на громадян – суб'єктів підприємницької діяльності.

У переліку державних категорій стандартів – національні стандарти, які затверджені Держкомстандартом України та містять

обов'язкові і рекомендовані вимоги, яких необхідно дотримуватись. До обов'язкових вимог належать:

1. вимоги, що забезпечують безпеку продукції (послуг) для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища;
2. вимоги техніки безпеки і гігієни праці з посиланням на відповідні санітарні норми і правила;
3. метрологічні норми, правопис, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;
4. положення, що забезпечують технічну єдність під час розробки, виготовлення та експлуатації продукції.

Галузеві стандарти розробляються на продукцію та послуги (зокрема туристичні) за відсутності державних стандартів України або у випадку необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню. Стандарти науково-технічних та інженерних товариств, спілок, розробляються при необхідності поширення результатів фундаментальних та прикладних досліджень, отриманих в окремій сфері знань або професійних інтересів. Технічні умови – це нормативний документ, який розробляють для встановлення вимог, що регулюють стосунки між постачальником (розробником, виробником) продукції (послуг), для яких відсутні державні або галузеві стандарти (необхідності конкретизації вимог зазначених документів). Стандарти підприємств розробляються на продукцію (процеси, послуги), які виробляють і застосовують (надають) лише у конкретному підприємстві.

2. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельного господарства України

Нормативно-правові акти регулюють відносини між споживачем (клієнтом) і виробником послуг (готельним підприємством), узгоджують інтереси споживача, виробника та суспільства і створюють сприятливі умови для розвитку підприємств готельного господарства.

Проте чинне законодавство України нечітко визначає готельне господарство в контексті його належності до сфери туристичних послуг. Тому для розвитку готельного господарства, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення готельних

підприємств малої місткості доцільним є розроблення відповідних нормативних актів, які визначають правові, економічні й організаційні засади створення та подальшого розвитку конкурентних відносин на зазначеному ринку. Важливе значення для функціонування підприємств готельного господарства належить сертифікації готельних послуг.

Сертифікація продукції (послуг) – це діяльність щодо підтвердження відповідності продукції установленим вимогам; Сертифікацію здійснюють з метою створення умов для діяльності підприємств на вітчизняному ринку, а також для участі в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві. У сприяння споживачам у компетентності щодо вибору продукції (послуг); захисту споживачів від неякісної продукції (послуг).

Сертифікація може бути обов'язковою і добровільною, але з метою забезпечення стабільності якості обслуговування в засобах розміщення та гармонізації критеріїв класифікації вітчизняних підприємств готельного господарства з рекомендаціями ВТО і з урахуванням існуючої закордонної практики готельні послуги підлягають «обов'язковій сертифікації».

Сертифікація послуг підприємств готельного господарства:

- диференціює засоби розміщення залежно від асортименту та якості наданих послуг;
- забезпечує споживача достовірною інформацією про те, що категорія засобу розміщення підтверджена результатами класифікації і відповідає категорії, що встановлена нормативними документами;
- забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- сприяє розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;
- зміцнює довіру споживачів до якості готельних послуг.

Сертифікацію готельних послуг здійснюють на основі та з урахуванням:

1. Правил обов'язкової сертифікації готельних послуг.
2. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги»;
3. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»;
4. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»;

5. ДСТУ 2296-93 «Національний знак відповідності. Форма, розміри, технічні вимоги та правила застосування»;
6. ДСТУ 2462-94 «Сертифікація. Основні поняття. Терміни та визначення»;
7. ДСТУ 3230-95 «Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення»;
8. ДСТУ 3498-96 «Система сертифікації УкрСЕПРО. Бланки документів. Форма та опис»;
9. ДСТУ ISO 9004-2-96 «Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг»;
10. ДК 016-97 «Державний класифікатор продукції та послуг» (ДКПП).

Об'єктами обов'язкової сертифікації є готельні послуги, що надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, оздоровчі заклади, заклади відпочинку, місця для короткотермінового проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг.

Обов'язкову сертифікацію готельних послуг здійснюють відповідно до обов'язкових вимог чинних нормативних документів щодо безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їхнього майна та охорони навколишнього середовища; добровільну сертифікацію готельних послуг проводять відповідно до вимог, що не віднесені нормативними документами до обов'язкових. Сертифікацію на відповідність усім обов'язковим вимогам здійснюють обов'язково.

Порядок проведення обов'язкової сертифікації передбачає:

- подання заявки на обов'язкову сертифікацію;
- розгляд і прийняття рішення за заявкою і визначення схеми сертифікації;
- проведення випробувань (перевірок) з метою обов'язкової сертифікації;
- аналіз одержаних результатів і прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності та укладення ліцензійної угоди;
- реєстрацію і видачу сертифіката відповідності та підписання ліцензійної угоди;
- інформування про результати обов'язкової сертифікації готельних послуг, і

У разі проведення добровільної сертифікації готельних послуг вибір схеми сертифікації може здійснювати заявник (підприємство готельного господарства).

Для проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг заявник:

- подає заявку до Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики (або органу з сертифікації готельних послуг, акредитованого Державним комітетом України з питань технічного регулювання та споживчої політики);
- заповнює анкету для проведення попереднього аналізу.

Оцінювання процесу надання послуг передбачає перевірку номенклатури заявлених послуг;

- наявності матеріально-технічної бази, потрібної для надання послуг, її стану (відповідність обов'язковим вимогам нормативних документів);
- відповідності санітарно-гігієнічного та санітарно-технічного стану приміщень обов'язковим вимогам нормативних документів; і
- наявності нормативної документації;
- дотримання вимог нормативних та організаційно-методичних документів до послуг та процесу їх надання;
- наявності кваліфікованого персоналу, знання ним інструкцій та правил обслуговування відповідно до сфери діяльності.

Атестація підприємства виконується з урахуванням специфіки готельних послуг, що не мають ознак, притаманних виробничим процесам і матеріальному результату, який піддається кількісному вимірюванню.

Сертифікацію системи якості проводять за ініціативою заявника з метою підтвердження відповідності системи забезпечення якості готельних послуг вимогам ДСТУ ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ ISO 9004-2, а також того, що підприємство може постійно надавати готельні послуги, які відповідають обов'язковим вимогам нормативних документів щодо безпеки та вимогам певної категорії («зірки»). І

Основним завданням системи законодавчого та нормативного забезпечення підприємств готельного господарства є взаємопов'язане

та взаємодоповнююче функціонування законодавчих актів і нормативних положень.

3. Удосконалення організаційно-правового механізму управління якістю у готельному господарстві

Правовою основою управління якістю послуг підприємств готельного господарства виступає комплекс законодавчих та нормативних актів, система основоположних та галузевих міжнародних, міждержавних та національних стандартів, а також внутрішні документи систем якості підприємств .

Світова практика свідчить, що у сфері взаємодії готельного підприємства та споживача необхідно мати належну законодавчу та юридичну основу, яка є основним фактором забезпечення захисту життя, здоров'я та майна споживачів, їх безпеки та прав. Необхідність вдосконалення нормативно-технічної бази в Україні, її гармонізації з міжнародним законодавством можна пояснити низкою об'єктивних причин.

По-перше, в умовах адміністративно-командної економіки існував жорсткий державний нагляд за якістю продукції та послуг. У період формування постіндустріального суспільства в країні склалась ситуація, коли спостерігається виникнення великої кількості виробників, підвищення купівельної здатності населення, зростання випадків реалізації неякісного продукту та послуг. Тому виникає необхідність створення надійних правових регуляторів щодо захисту прав та інтересів споживачів. По-друге, проблема якості стосується кожного споживача, а отже, кожного громадянина України, тобто є гострою, глобальною та всеохоплюючою, а отже, потребує регулювання цих відносин на державному рівні. Це дасть змогу розширити споживчий попит та задовольнити постійно зростаючі потреби населення, забезпечити розвиток конкуренції, що стане основною умовою функціонування збалансованого ринку готельних послуг та ефективного розвитку готельного бізнесу.

Основним завданням системи законодавчого та нормативного забезпечення якості та безпеки послуг готельного господарства є взаємопов'язане функціонування законодавчих актів та нормативних положень на всіх ступенях правотворення – від загальних законів по важливих проблемах безпеки послуг та продукції до вимог нормативних документів на певні види послуг (проживання, харчування, розваги тощо).

Базуючись на досягненнях кращого зарубіжного досвіду, дійдемо висновку, що нормативно-правове забезпечення якості послуг повинно мати три рівні забезпечення.

Вищий рівень нормативних актів у сфері управління якістю містить загальні законодавчі акти щодо якості та безпеки продукції, послуг, робіт, а також підзаконні акти (постанови, укази, концепції, програми тощо), розроблені Урядом України та в межах своєї компетенції органами державного нагляду та контролю.

Нормативне забезпечення вищого рівня в сфері управління якістю сприятиме інтеграції України до європейських та світових економічних структур. Нині відсутні законодавчі норми, які регулюють діяльність сфери послуг, готельного господарства як сфери послуг і діяльності в сфері управління якістю, що створює бар'єри для євроінтеграції України.

На середньому рівні нормативне забезпечення у сфері якості складається з документів, орієнтованих на певні види продукції чи послуг. У готельному господарстві – це: будівельні норми, санітарно-гігієнічні правила, правила надання готельних послуг, загальні вимоги до готелів, вимоги до готелів за відповідними категоріями, правила технічної експлуатації готелів, пожежної безпеки та охорони праці тощо. Переважна більшість нормативних документів, які регулюють діяльність у готельному господарстві, – ГОСТ – стандарти, які дісталися нам від СРСР. Вони морально застаріли та не відповідають сучасним принципам загального управління якістю, положенням Стандартів ISO та вимогам часу.

Відповідно до пропозицій COT, викладених у Генеральній угоді по торгівлі та послугах (GATS), досвіду роботи Міжнародного туристичного альянсу, Міжнародної асоціації готелів, Всесвітньої туристичної організації, Міжнародної асоціації працівників готельного господарства, Міжнародного туристичного союзу, Німецького інституту стандартизації, на базі якого працює технічний комітет «Послуги в сфері туризму», стандартизація в сфері послуг повинна розвиватись за напрямками:

- розроблення національних стандартів на конкретні види послуг, у т.ч. готельних, стандартизація термінології, єдиних вимог до якості та безпеки певного виду послуги, стандартизованих мінімальних кількісних та якісних вимог до всіх категорій готельних підприємств;

- розроблення стандартизованих правил та процедур сертифікації послуг та атестація готельних підприємств за міжнародними стандартами;
- розроблення стандартів на системи якості у сфері послуг, що забезпечить якість процесу надання послуг;
- розроблення стандартів підприємств, які регламентують взаємодію споживача з виробником послуг.

Висновок

Удосконалення організаційно-правового механізму управління якістю послуг у готельному господарстві забезпечить: створення сприятливих економічних умов для функціонування готельного господарства, розвитку франчайзингу, управління за контрактами; захист здоров'я та життя споживачів готельних послуг, збереження їх майна, забезпечення належного рівня безпеки послуг, захист прав та інтересів споживачів; підвищення рівня якості готельних послуг; гармонізацію законодавства країни щодо розвитку туризму зі світовими вимогами та нормами, усунення бар'єрів у відносинах з іншими країнами; зростання попиту та пропозиції на готельні послуги в Україні, збільшення експорту готельних послуг; формування іміджу України як туристичного регіону; запобігання недобросовісній конкуренції; активізація інвестиційного процесу в готельному господарстві; збалансування процесів та впровадження систем якості на рівні підприємств готельного господарства.

Питання для самопідготовки

1. Система управління якістю, складові системи.
2. Перелік документації, що необхідна в системі якості.
3. Структура, та процеси діяльності в готелях різних категорій.
4. Структурно-функціональна схема процесів управління якістю.

Тема 4.

ПРОЦЕСИ СУЯ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Питання для розгляду:

1. Система якості. Показники системи якості.
2. Комплексне управління якістю
3. Загальне визначення зовнішніх документів.
4. Ліцензування, стандартизація в готельній індустрії, сертифікація готельних послуг.
5. Пожежна документація.
6. Санітарно-гігієнічні вимоги до готелю.

Процеси СУЯ на стадії проектування й розробки продукції та послуг готельно-ресторанного господарства. Аналіз вимог ринку і споживачів до продукції та послуг готельно-ресторанного господарства, їх перетворення в показники якості, по можливості в кількісну форму, чіткий опис технології виготовлення продукції та надання послуги, розробка технічних умов на продукцію та послуги тощо.

Процеси СУЯ на стадії розробки виробничих процесів і процесів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства та мешканців у готелі. Аналіз існуючого рівня організації робіт із забезпечення якості продукції та послуг, впровадження прогресивних виробничих процесів та процесів обслуговування, перевірка підготовленості та знань персоналу, встановлення критеріїв оцінки виконання та якості робіт, розробка робочих інструкцій для виробничих операцій і процесу обслуговування.

Процеси СУЯ на стадії матеріально-технічного забезпечення діяльності закладу готельно-ресторанного господарства (визначення вимог документації і замовлень на постачання матеріально-технічних ресурсів, вибір постачальників, аналіз даних щодо претензій до постачальників стосовно виконання договірних зобов'язань тощо).

Процеси СУЯ на стадії виробництва кулінарної продукції та надання готельних послуг і послуг харчування. Контроль за діяльністю виробничого та обслуговуючого персоналу, стану дотримання вимог нормативної документації до виготовлення кулінарної продукції та обслуговування, планування та організація робіт з управління процесами технічного контролю, впровадження й

аналіз ефективності функціонування економічних і неекономічних методів управління якістю послуг харчування та готельних послуг, здійснення заходів щодо стимулювання персоналу в забезпеченні належної якості продукції та послуг).

Процеси СУЯ на стадії контролю якості продукції та послуг. Особливості контролю якості та послуг в закладах готельно-ресторанного господарства. Оформлення протоколів, аналіз даних вхідного контролю якості матеріально-технічних ресурсів закладу, аналіз контролю дотримання технологічної дисципліни, контролю та нагляду за виробництвом і процесом обслуговування, систематичний аналіз реклаमाцій зовнішніх і між різними службами готельно-ресторанного комплексу, розробка пропозицій із забезпечення та підвищення якості роботи закладу готельно-ресторанного господарства.

Організаційна структура та особливості функціонування харчових лабораторій в системі ресторанного господарства за ринкових умов. Роль і участь працівників лабораторій у заходах з підвищення якості продукції. Конференції споживачів, конкурси і майстер-класи виробників продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.

Проблема підвищення якості продукції у сучасному світі є надзвичайно актуальною, її успішне вирішення справляє значний вплив на економічне і соціальне життя будь-якої країни, практично на кожного споживача. В умовах глобалізації і поглиблення міждержавної торговельної взаємодії забезпечення конкурентоспроможності національної продукції як всередині країн, так і на світовому рівні досягається передусім за рахунок нарощування її якісних показників. За умов науково-технічного прогресу проблему якості вирішувати традиційними методами контролю готової продукції неможливо. Тому основним засобом створення конкурентоспроможної продукції розглядають саме комплексну систему управління якістю.

Якість продукту досягається шляхом виконання управлінських функцій, основними з яких є планування підвищення якості продукції, контроль за відповідністю показників якості встановленим вимогам, регулювання процесом формування якості в залежності від зміни умов і факторів, від яких вона залежить. Виконання вказаних функцій стає можливим за створення комплексної системи управління якістю.

Управління якістю продукції – це встановлення, забезпечення і дотримання необхідного рівня якості продукції при її розробці,

виготовленні та експлуатації, що досягається шляхом систематичного контролю за якістю і цілеспрямованого впливу на умови й фактори, від яких вона залежить. Система управління якістю продукції має багаторівневий комплексний характер. Вона забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів. Управління охоплює основні елементи виробництва, які впливають на якість продукції: засоби праці, предмети праці, саму працю.

Характерною особливістю сучасних систем управління якістю, які мають на меті задовольнити потреби ринку, є не лише ефективність з технічної й організаційної точок зору. Вони повинні легко піддаватися аналізу, бути недвозначними і зрозумілими, чітко розробленими і прийнятними для споживачів, громадськості і відповідних урядових організацій.

Таке комплексне управління якістю забезпечує конкурентоздатність виготовлювача як на національних, так і на міжнародних ринках. Крім цього, воно дає фірмі підставу для прийняття доцільних, ініціативних і наступальних рішень. Справді, багато фірм, які вперше зарекомендували себе на нових ринках, і фірми, які вже давно користуються заслуженою репутацією у сфері якості, вважають впровадження комплексного управління якістю по заporукою успішної реалізації, продукції та забезпечення прибутковості.

На сучасному ринку переважає попит на продукцію найвищої якості. Як ніколи великою є конкуренція в царині моделювання, стилю та оформлення продукції. Не менш гостра конкуренція за виробництво і реалізацію продукції вищої якості. У зв'язку з цим підвищується роль методів забезпечення якості, які сприяють проведенню нової політики в галузі якості та задоволенню постійно зростаючих вимог ринку до якості продукції.

Принципи комплексного управління якістю продукції: можуть тлумачитися як короткий виклад методології комплексного управління якістю, в рамках якої якість продукції та якість обслуговування розглядаються як першочергові завдання підприємства, від яких вирішальним чином залежить його процвітання і життєздатність.

Комплексне управління якістю визначається так:

Ефективна система інтеграції заходів з розробки, підтримання і поліпшення якості, які здійснюють різні групи тієї чи іншої

організації, дає змогу вести конструювання, виготовлення та обслуговування на найбільших економічних рівнях, котрі забезпечують повне задоволення потреб споживача.

Комплексна система управління якістю продукції – це узгоджена робоча структура, яка діє в фірмі і містить ефективні технічні й управлінські методи, котрі забезпечують найкращім найбільш практичні ««способи взаємодії людей, машин, а також інформації з метою задоволення вимог споживача, що ставляться до якості продукції, а також економії витрат на якість».

Якість мусить бути запроєктована і закладена у виробі. Без дотримання цієї основної вимоги всі заклики до забезпечення якості і проведення найретельніших перевірок будуть безглузді й безрезультатні.

У вислові «управління якістю» слову «якість» не слід приписувати значення «найкраще» у якомусь абсолютному сенсі У цьому контексті воно означає «найкраще за певних вимог «споживача», які стосуються експлуатації, ціни продукції».

У фразі «управління якістю» слово «управління» розуміється як адміністративна діяльність, заходи якої поділяються на чотири етапи: встановлення стандартів якості; оцінка відповідності продукції цим стандартам; прийняття заходів при виході за межі стандартів; забезпечення поліпшення стандартів.

Як головна стратегічна сфера сучасної ділової активності підвищена якість потребує координації заходів. У цьому випадку досягаються економічна вигода і приплив грошових коштів. Висока економічна ефективність систем комплексного управління якістю пояснюється підвищенням внаслідок їх застосування рівня задоволеності споживача» зменшенням експлуатаційних збитків, збільшенням ступеня використання наявних ресурсів.

Фактори, які впливають на якість продукції, поділяються на дві основні групи: технічні фактори, тобто машини, матеріали, процеси; заводські фактори, тобто оператори, майстри та інший персонал фірми, важливість яких дедалі зростає.

Контроль якості відіграє визначальну роль у будь-якому виробничому процесі. У випадку масового виробництва заходи зі контролю якості концентруються навколо продукції, а при випуску дрібносерійної продукції – навколо управління процесом її виготовлення.

Контроль якості зачіпає всі стадії процесу виробництва промислової продукції. Він розпочинається зі з'ясування технічних вимог споживача і погодження з ним технічного завдання і завершується доставкою продукції, її установкою й експлуатаційним обслуговуванням. При цьому споживач повинен увесь час бути задоволеним.

Всебічний контроль факторів, які впливають на якість, потребує наявності важелів контролю на усіх важливих стадіях процесу виготовлення й обслуговування продукції. Ці важелі можуть бути названі операціями з контролю якості. Природно виділити чотири стадії: контроль за розробкою нової конструкції; вхідний контроль матеріалів; контроль виготовленої продукції; аналіз спеціальних процесів.

За міжнародними стандартами, – під системою управління якістю розуміють сукупність організаційної структури, відповідальності,

процедур, процесів і ресурсів, що забезпечують здійснення загального керівництва якістю. Загальне керівництво – це аспект загальної функції управління, що визначає та здійснює політику щодо якості. Таким чином, система створюється та впроваджується як засіб, що забезпечує здійснення конкретної політики та досягнення визначеної найвищим керівництвом мети стосовно якості. Тому особлива увага приділяється питанням формування та документального оформлення керівництвом підприємства політики щодо якості продукції чи послуг, котрі надаються.

Політика у сфері якості – це офіційно сформульовані вищим керівництвом загальні наміри і спрямованість діяльності організації у зв'язку з якістю. Політика щодо якості становить основу для встановлення конкретних завдань у цій сфері та їх відповідного документування.

Найважливішим вважається формулювання такої політики як стратегічного попиту розвитку і засобу спрямування зусиль підприємства для поліпшення показників його діяльності. Наприклад, бути постійно світовим лідером або значно збільшити частку ринку за рахунок переваг в технічному рівні та якості певного виду продукції. Зрозуміло, що така мета під силу тільки фірмам зі сталим виробничим досвідом та традиціями, фірмам, що мають великий інноваційний потенціал. Наприклад, політика щодо якості в одній із корпорацій має таке визначення: «Головна мета компанії – підтримувати лідерство щодо якості продукції, котра виробляється. Ця мета потребує

максимального задоволення споживача з тим, щоб він віддавав перевагу продукції нашої компанії. Мета може бути досягнута тільки в тому разі, коли виробни функціонують у повній відповідності з вимогами до них і продаються за конкурентоспроможними цінами».

Найчастіше політика щодо якості трансформується в систему цілей та завдань, виконання яких можна проаналізувати. Система передбачає реалізацію за такими напрямками:

- підвищення рівня задоволення споживачів;
- поліпшення економічного стану підприємства за рахунок поліпшення якості;
- розширення або завоювання нових ринків збуту завдяки виробництву високоякісної продукції;
- досягнення технічного рівня продукції, що перевищує рівень інших провідних підприємств і фірм;
- орієнтування на задоволення вимог споживачів певних галузей економіки або певних регіонів;
- освоєння виробів, функціональні можливості яких реалізуються на нових принципах;
- поліпшення найважливіших показників якості продукції;
- зниження рівня дефектності продукції в процесі її виготовлення;
- збільшення термінів гарантії на продукцію;
- розвиток післяпродажного сервісу.

Таким чином, всеосяжне управління якістю – це концепція, яка передбачає всебічне, цілеспрямоване, скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності – від досліджень та конструкторських розроблень до післяпродажного обслуговування – за участі керівників і службовців усіх рівнів з ефективним використанням технічних можливостей.

1. Система якості. Показники системи якості

Система якості – це сукупність усіх чинників (ресурси, персонал, оргструктура і т.д.), що впливають на якість кінцевої продукції. Система якості регламентує дії всіх співробітників підприємства, які можуть вплинути на якість продукції та послуг і на задоволеність споживачів. Вимоги до системи якості висуваються для того, щоб споживачі і керівництво були впевнені в спроможності підприємства ефективно випускати якісну продукцію та послуги протягом тривалого часу. За цей час може мінятися технологія, постачальники,

співробітники і т.д., але це не повинно позначатися на якості продукції та послуг.

Система якості має забезпечити створення продукту, котрий відповідає сучасним виробничо-технічним досягненням та вимогам споживачів. Відправні вимоги до проекту продукту, отримані внаслідок маркетингових досліджень, як було сказано, фіксуються в короткому описі. Крім цього, прикладами зовнішніх входів можуть бути:

- потреби й очікування споживачів та ринку;
- потреби й очікування інших заінтересованих сторін;
- співпраця з постачальником;
- взаємодія зі споживачем для забезпечення якісного проектування і розроблення продукту;
- зміни відповідних правових і регламентаційних вимог;
- міжнародні та національні стандарти;
- промислові норми та правила.

Якість – це здатність продукції (послуг) задовольняти потреби споживачів. Таким чином, підприємству не достатньо випускати продукцію, що відповідає вимогам державних стандартів і іншій нормативній документації (хоч це і є обов'язковим). Саме тому особливо важливу роль в системі якості грає процес маркетингу – саме він повинен визначити, що означає «якість» для конкретного споживача на конкретному ринку. Щоб упевнитись у тому, що підприємство дійсно працює якісно, воно повинно вимірювати рівень задоволеності споживачів.

Також необхідно зазначити, що мова йде не тільки про якість самої реалізованої продукції, але й про якість всіх послуг, що надаються споживачам: по наданню будь-якої цікавої для них інформації, рекламній підтримці, доставці продукції, відгуку невідповідної продукції і т.д.

В реалізації процесу системи якості, як правило, бере участь відразу декілька підрозділів. Але за кожний з процесів повинен відповідати один керівник. І йому повинні бути надані повноваження для координації діяльності всіх цих підрозділів. Таким чином, процесний підхід допомагає підприємству налагоджувати горизонтальні зв'язки і долати бар'єри між різними службами.

Для того, щоб підтвердити існування системи якості, підприємство повинне управляти записами про якість. Вони можуть вестися у вигляді реєстраційних книг, журналів, актів, протоколів, а також

електронних записів. їх обсяг повинен бути достатнім, щоб пересвідчитися в досягненні всіх встановлених цілей і ефективності виконання всіх процесів. Для кожного запису визначаються: місце і терміни зберігання, відповідальність за складання і зберігання тощо.

Документація системи якості складається з трьох рівнів: настанова з системи якості; настанова з якості для кожного з процесів; процедури системи якості.

Для тих елементів процесів, де це необхідно (найбільш важливі або складні, ті, в яких найчастіше допускаються помилки), розробляються процедури системи якості. В процедурах більш детально описано порядок виконання відповідних дій.

При розробці документів системи якості особлива увага приділяється їх інформаційним зв'язкам і узгодженості між собою.

Виконання вимог документації системи якості є абсолютно обов'язковим для всіх співробітників підприємства.

Якщо у функціонуванні системи якості були виявлені недоліки насамперед повинен вестися детальний аналіз їх причин. Ці причини можуть бути пов'язані з недоліками в документації і в планах, з невідповідністю обладнання, сировини, матеріалів, з недостатньою кваліфікацією або мотивацією персоналу. Важливо, щоб аналіз був спрямований на з'ясування істинних причин невідповідностей, а не на пошук і покарання винних. Після того, як причини встановлені, повинні бути визначені і реалізовані заходи по їх усуненню, коригуючі дії.

Також підприємство повинне аналізувати ризики виникнення потенційних невідповідностей і вживати заходи для їх запобігання – попереджуючі дії. Тобто, система якості повинна бути орієнтована не тільки на усунення невідповідностей, але й на попередження їх виникнення.

При організації контролю якості важливо врахувати два основні міркування. Перше: контроль якості – справа кожного; кожний підрозділ фірми має обов'язки щодо якості продукції. Друге: оскільки контроль якості – справа кожного, то це може стати нічиєю справою. Керівництво фірми мусить усвідомити, що чимало окремих обов'язків з контролю якості будуть виконуватися ефективно тільки тоді, коли вони опиратимуться на ретельно організовану, справді сучасну службу, яка займається лише контролем якості.

Служба контролю якості має двояке призначення: забезпечувати гарантію якості продукції підприємства; допомагати добитися оптимальності затрат на забезпечення якості цієї продукції.

Контроль якості охоплює три сфери: якість продукції, виробничі процеси, обладнання для одержання та обробки інформації про якість.

Служба контролю, якості є одночасно каналом зворотного зв'язку, за допомогою якого поширюється інформація про якість продукції серед усіх пов'язаних з нею (якістю) служб та груп, а також засобом їх участі у забезпеченні заданої якості.

Важливий напрям контролю якості – забезпечення його безпосередньо на місцях.

Всебічний контроль якості – це та сфера, що містить у собі методологію та технічні методи, які дають змогу узгоджено забезпечити високу якість продукції. Він координує роботу людей і машин, а також інформацію, і має на меті забезпечити високий ступінь задоволеності споживача якістю продукції та підвищити цим самим конкурентоздатність фірми.

За своєю суттю контроль якості – це спосіб адміністративного управління. І вплив, який чинить контроль якості на всю організаційну структуру фірми, полягає у впровадженні як в організаційну, так і в технічну структуру підприємства заходів, спрямованих на забезпечення якості, що орієнтується на споживача.

Якість продукції – це не специфічна відокремлена функція тільки технічних і спеціальних підрозділів, а різнобічний процес, що охоплює

всі підрозділи компанії, а також п споживачів та постачальників, це спосіб управління організацією; підвищення якості має забезпечуватися на етапах маркетингу, проектно-конструкторських робіт, виробництва й технічного обслуговування виробів; постійне поліпшення якості потребує застосування нових технологій; належної якості можна домогтися тільки тоді, коли створено чітко орієнтовану на споживача систему управління якістю.

Показники системи якості включають:

- політику у сфері якості та організацію цієї політики;
- систему документації та планування;
- якість під час розробки (планування, компетентність, документація, перевірка, результат, зміни або примітки);
- якість під час закупівлі, зберігання та переміщення товарно-матеріальних цінностей;

- якість під час надання послуг;
- перевірку якості (вхідні перевірки, міжнародний контроль, остаточний контроль);
- корегувальні заходи;
- документування якості;
- внутрішній контроль за системою підтримки якості на підприємстві;
- навчання персоналу з питань якості;
- аналіз якості і систем вжитих заходів.

Отже, система якості – сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів організаційної структури, визначених механізмів відповідальності, повноважень та процедур організації, а також процесів та ресурсів, які забезпечують здійснення загального керівництва якістю та її відповідність встановленим вимогам.

2. Якість – як економічна складова успіху

На якість продукції впливають численні фактори, які діють і самостійно, і у взаємозв'язку між собою, як на окремому етапі життєвого циклу продукції, так і на кількох. Усі фактори об'єднані у чотири групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні.

До економічних факторів належить:

1. ціна;
2. собівартість;
3. форми зарплати;
4. рівень зарплати;
5. рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт;
6. ступінь підвищення продуктивності суспільної праці.

Економічні фактори особливо важливі під час переходу до ринкової економіки. Вони водночас виконують контрольно-аналітичні і стимулюючі функції. До перших належать такі, що дозволяють виміряти: затрати праці; засобів; матеріалів на досягнення і забезпечення певного рівня якості продукції.

Дія стимулюючих факторів приводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження. Найбільш стимулюючими факторами є ціна і зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна повинна покривати усі витрати підприємства на заходи з підвищення якості і забезпечувати необхідний рівень рентабельності. Продукція з вищою ціною повинна бути високої якості.

Якість = прибуток. Прибуток є якщо є клієнт. Клієнт є якщо послуга його задовольняє. Критерій ступеня задоволення клієнта – бажання спробувавши раз, спробувати ще раз, і поділитися враженнями з іншими.

Критерії оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність очікуваного і отриманого.

Для ефективного забезпечення якості і конкурентоздатності актуальною проблемою є управління і контроль якості.

Контроль якості відіграє визначальну роль у будь-якому виробничому процесі. У випадку масового виробництва заходи зі контролю якості концентруються навколо послуги, та навколо управління процесом її надання.

При організації контролю якості важливо врахувати два основні міркування. Перше: контроль якості – справа кожного; кожний підрозділ фірми має обов'язки щодо якості продукції. Друге: оскільки контроль якості – справа кожного, то це може стати нічиєю справою. Керівництво фірми мусить усвідомити, що чимало окремих обов'язків з контролю якості будуть виконуватися ефективно тільки тоді, коли вони опиратимуться на ретельно організовану, справді сучасну службу, яка займається лише контролем якості.

Належної якості можна домогтися тільки тоді, коли створено чітко орієнтовану на споживача систему управління якістю.

3. Загальне визначення зовнішніх документів

Документ – основний вид ділового мовлення, що фіксує та передає інформацію, підтверджує її достовірність, об'єктивність. Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку й має відповідно до чинного законодавства юридичну силу.

Документи виконують офіційну, ділову й оперативну функції, оскільки вони – писемний доказ, джерело відомостей довідкового характеру. За місцем виникнення документи поділяються на внутрішні і зовнішні. *Внутрішні* – документи, які складаються в господарствах відповідно до проведених ними операцій.

Зовнішні – це такі документи, які надходять у господарство від інших підприємств, установ і організацій.

Зовнішні документи складають на стороні, їх отримують від інших підприємств і організацій. На вході обов'язково реєструють, оформляють, як правило, на бланках уніфікованих форм.

В межах своєї задокументованої системи управління якістю організації треба враховувати зовнішні документи та контролювати їх. Зовнішні документи можуть містити кресленики замовників, технічні умови, законодавчі та регламентуючі вимоги, зводи правил та інструкції з технічного обслуговування, стандарти, ліцензування, пожежні документи, договори тощо.

4. Ліцензування, стандартизація в готельній індустрії, сертифікація готельних послуг

Готельні послуги, так само як і самі готельні комплекси, підлягають обов'язковій сертифікації, ліцензуванню та стандартизації.

Сертифікація – це діяльність незалежної від готельного комплексу сторони по підтвердженню відповідності готельних послуг вимогам, які встановлені законодавчими актами, стандартами та іншими нормативно-технічними документами (НТД).

Якщо готельний комплекс не пройшов ліцензування, він не має права надавати готельні послуги.

Якщо послуги даного готельного комплексу не відповідають державним стандартам, вони не сертифікуються, отже готельний комплекс не має право надавати їх.

Ліцензія – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

Ліцензування – видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпорядження про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування. Це необхідна умова здійснення певних видів підприємницької діяльності, передбачених Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», що означає необхідність одержання ліцензії у встановленому законодавством порядку. З моменту одержання ліцензії підприємцю надається право здійснювати відповідний вид діяльності, що він може реалізовувати протягом строку дії ліцензії, після закінчення якого це право припиняється.

Верховна Рада України визначає основні напрями державної політики у сфері ліцензування, законодавчі основи її реалізації.

Ліцензування готельної діяльності – дієвий захід для захисту прав та інтересів споживачів і створенню умов для дотримання законодавства.

Сертифікація, як і ліцензування, є одним із способів державного контролю над якістю і безпекою готельних послуг, що надаються споживачам. Важливо і те, що сертифікація захищає як споживача, так і готельний комплекс: споживача – спонукаючи готельний комплекс чітко і в повному обсязі виконувати всі встановлені законами та іншими нормативними актами правила і норми надання готельних послуг з тим, щоб він за свої гроші одержував якісне обслуговування, а готельні комплекси – шляхом застосування тих же законів і нормативних актів, що не дають йому можливості знайти відсутні недоліки в обслуговуванні та висунути проти готельного комплексу необгрунтовані претензії.

При сертифікації готельних послуг застосовують: законодавчі акти, правила надання окремих видів готельних послуг, затверджені урядом України та Держстандартами.

Сертифікація готельних послуг проводиться за схемами, що передбачають оцінку готельних послуг, перевірку та інспекційний контроль сертифікованих готельних послуг.

Для зниження кількості оцінок, перевірок, контролю правила допускають можливість використання документів, що підтверджують відповідність встановленим вимогам і одержаних поза роботами по сертифікації:

1. договори готельних комплексів з контрагентами;
2. акти перевірок;
3. висновки органів виконавчої влади;
4. сертифікати громадських об'єднань споживачів;
5. технічна або інша документація готельних комплексів.

Правове регулювання сертифікації готельних послуг. До сфери діяльності готельних комплексів відносяться ряд спеціальних актів.

Основоположним документом цього ряду є: «Правила сертифікації готельних комплексів», затверджені Держстандартом України в 1994 р. Вони встановлюють організаційну структуру, схеми сертифікації і порядок проведення робіт по сертифікації готельних комплексів.

Сертифікацію готельних послуг здійснюють органи по сертифікації, акредитовані в установленому порядку і зареєстровані в Держстандарті України.

Правила визначають наступну організаційну структуру і склад учасників сертифікації послуг готельних комплексів:

1. Національний орган по сертифікації – Держстандарт України.
2. Центральний орган системи сертифікації – Держтурадміністрація України.

При обов'язковій сертифікації можуть застосовуватися:

1. міжнародні стандарти;
2. державні стандарти України;
3. інструкції, затверджені органами державного управління.

При добровільній сертифікації готельні комплекси самі надають документи, на відповідність вимогам яких проводиться сертифікація за умовами договору між заявником і органом по сертифікації.

Порядок проведення добровільної сертифікації включає:

1. Подачу заявки на сертифікацію.
2. Прийняття рішення по заявці.
3. Розробку методів проведення перевірки.
4. Видачу сертифікату відповідності та ліцензії на застосування знакі відповідності і.
5. Укладення договору на проведення інспекційного контролю відповідності готельних послуг сертифікату і вимогам нормативних документів.

Забезпечення якісного результату обслуговування, якщо інше не передбачене договором, розповсюджується на всі складові результату обслуговування.

Таким чином, готельні послуги повинні відповідати їхній якості.

Державний стандарт встановлює обов'язкові і рекомендовані вимоги до якості готельних послуг. Обов'язкові вимоги – це вимоги, що забезпечують безпеку готельних послуг для здоров'я клієнтів, збереження їх майна і навколишнього середовища.

Рекомендовані вимоги – можуть бути основою для розробки і включення в договір з клієнтом умов про якість готельних послуг і обслуговування.

До рекомендованих вимог, що висуваються до готельних послуг відносяться:

- відповідність призначенню;
- точність і своєчасність надання;
- комплексність;
- естетичність інтер'єру і комфортність.

Значна частина претензій виникає внаслідок недостовірної реклами, слабкої підготовки договірної документації і недбалості в її оформленні. Часто клієнти недостатньо чітко знають і розуміють, що вони купують насправді, а готельний комплекс недостатньо зрозуміло формулює свої зобов'язання щодо надання послуг.

Послідовна реалізація основ вітчизняного законодавства в області сертифікації готельних послуг, активізація діяльності урядових і неурядових організацій в цьому напрямі зумовили формування в країні організаційно-технічного механізму проведення сертифікації в законодавчо-обов'язковій і добровільній сферах, дозволили приступити до здійснення координації діяльності українських органів виконавчої влади у області обов'язкової сертифікації з метою реалізації державної політики.

Основоположним міжгалузевим документом державного рівня у області сертифікації сьогодні є «Правила по проведенню сертифікації в Україні». Дані правила застосовуються при організації робіт по обов'язковій і добровільній сертифікації, служать основою для створення систем (правил) сертифікації однорідних готельних послуг. Положення даного документа розроблялися з урахуванням діючих у міжнародній та європейській практиці сертифікації та акредитації нормативних документів, таких як керівництво ІСО і МЕК, міжнародні стандарти серій 9000 і 10000, європейські стандарти 45000 і 29000 та інші документи міжнародних і регіональних організацій, що здійснюють сертифікацію. Це дозволяє забезпечити визнання сертифікатів і знаків відповідності за кордоном. Таке визнання в Україні (відповідно українських за кордоном) здійснюється на основі багатобічних і двосторонніх угод, учасником яких є Україна.

Першим законодавчим актом, що вводить обов'язкову сертифікацію в країні, є Закон України «Про захист прав споживачів», згідно якого обов'язковій сертифікації підлягають готельні послуги, на які законами або стандартами встановлені вимоги, що забезпечують безпеку життя, здоров'я відвідувача і охорону навколишнього середовища, запобігання спричиненню шкоди майну відвідувача, а також засоби, що забезпечують безпеку життя і здоров'я відвідувача.

Організація і проведення робіт по обов'язковій сертифікації покладені на Держстандарт України. На цій основі сформульована обов'язкова система сертифікації – Система сертифікації України. Стосовно неї сформульована номенклатура готельних послуг, що

підлягають обов'язковій сертифікації. Прив'язана до класифікаторів ОКП і номенклатури готельних послуг, дана номенклатура однозначно встановлює необхідні для проведення сертифікації державні стандарти (зокрема прийняті Україною міждержавні та міжнародні стандарти), санітарні норми і правила, норми безпеки, а також інші документи, які відповідно до законодавства України містять обов'язкові вимоги до готельних послуг.

В даний час передбачено, що в цілях здійснення державного регулювання сертифікації в країні загальний перелік готельних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, затверджується урядом України.

Добровільна сертифікація проводиться за ініціативою юридичних осіб і громадян на основі договірних відносин між заявниками і органами по сертифікації. Цей вид сертифікації можуть проводити юридичні особи, що взяли на себе функції органів по добровільній сертифікації, що зареєстрували системи і знаки відповідності в Держстандарті України, а також органи по обов'язковій сертифікації в межах своєї акредитації.

Стандартизація якості. В сучасних умовах управління якістю багато в чому базується на стандартизації. Стандартизація є нормативним способом управління. Її дія на об'єкт здійснюється шляхом встановлення норм і правил, оформлених у вигляді нормативного документа і мають юридичну силу.

Стандарт – це нормативно-технічний документ, що встановлює основні вимоги до якості готельних послуг.

Важлива роль в управлінні якістю належить технічним умовам. Технічні умови – це нормативно-технічний документ, що встановлює додаткові до державних стандартів, а при їх відсутності самостійні вимоги до якісних показників готельних послуг, а також прирівнювані до цього документа технічний опис, рецептура, зразок-еталон. Вимоги, передбачені технічними умовами, не можуть бути нижчими, ніж в державних стандартах. Технічні умови – документ, що встановлює технічні вимоги, яким повинні відповідати продукція, процеси чи послуги.

ТУ встановлюють вимоги до продукції, призначеної до самостійного постачання (виконання, надавання) та регулюють відносини між виробником (постачальником) та споживачем (користувачем).

В ТУ, які є окремим документом, має бути повний комплекс вимог до продукції, її виготовлення, контролювання, приймання та постачання.

Керівництво повинне забезпечити, щоб організація була обізнана із законодавчими та регламентувальними вимогами, які поширюються на її продукцію, процеси та види діяльності, і щоб ці вимоги були складовою частиною системи управління якістю. Слід також враховувати:

1. сприяння етичному, результативному та ефективному дотриманню поточних та перспективних вимог;
2. вигоди для зацікавлених сторін від підвищення вимог;
3. роль організації в захисті інтересів суспільства.

Нормативно-правові акти готельно-ресторанної справи:

Державні стандарти:

1. ДСТУ 4527:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (чинний від 01.07.2004).
2. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (чинний від 01.07.2004).
3. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» (чинний від 01.07.2004).
4. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (чинний від 01.10.2006).

Міждержавні стандарти:

1. ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия».
2. ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания, Общие требования».
3. ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу».

Інші

1. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг/ (Наказ Держтурадміністрації України № 19 від 16.03.04). 54
2. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – № 297 від 15.03.2006-08-02.
3. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг (Наказ Держстандарту №37 від 27.01.1999, зареєстровано у Мінюсті 15.04.1999 за №236/3529).

Система управління якістю готельних послуг базується на комплексній стандартизації.

Стандарти визначають порядок і методи планування підвищення якості обслуговування на всіх етапах життєвого циклу, встановлюють вимоги до засобів і методів контролю і оцінки якості обслуговування. Управління якістю готельних послуг здійснюється на основі: державних, міжнародних, галузевих стандартів і стандартів окремих готельних комплексів.

Державна стандартизація виступає засобом захисту інтересів суспільства і конкретних клієнтів готельного комплексу і розповсюджується на всі рівні управління.

У взаємовідносини готельних комплексів і їх клієнтів вельми ґрунтовно включилася сертифікація систем обслуговування на відповідність стандартам ІСО 9000, які на міжнародному рівні визначають вимоги до якості. Перша редакція міжнародних стандартів ІСО серії 9000 вийшла в кінці 1980-х рр. і ознаменувала вихід міжнародної стандартизації на якісно новий рівень. Ці стандарти встановили чіткі вимоги до систем забезпечення якісного обслуговування. Вони поклали початок сертифікації систем якісного обслуговування. Виник самостійний напрям управління – управління якістю обслуговування. В даний час вчені та практики за кордоном пов'язують сучасні методи управління якістю обслуговування з методологією загального управління якістю (total quality management).

ІСО серії 9000 забезпечують відвідувачу право активніше впливати на якість готельних послуг; забезпечують законодавчу базу, що передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування.

ІСО 9000 використовуються для визначення відмінностей і взаємозв'язків між основними поняттями у області якісного обслуговування і як представлення керівних положень щодо вибору і застосування стандартів ІСО на системи якісного обслуговування, які служать для внутрішнього користування у готельному комплексі при вирішенні завдань управління якістю (ІСО 9004).

Стандарти ІСО серії 9000 встановили єдиний, визнаний в світі підхід до договірних умов за оцінкою систем якості і одночасно регламентували відносини між готельними комплексами і їх клієнтами.

Якість обслуговування включає обґрунтованість прийнятих управлінських рішень, систему планування. Особливе значення має якість обслуговування, безпосередньо пов'язана з виробництвом

готельних послуг (контроль якісного обслуговування технологічних процесів, своєчасне виявлення неякісного обслуговування). Тут безпосередньо оцінюється якість готельних послуг, думка споживача, аналізуються рекламації.

Для того, щоб надати готельні послуги, здійснити ті або інші роботи, необхідно здійснити цілий ряд операцій, підготовчих робіт. Кінцева якість залежить від якісного обслуговування на кожному етапі.

Якість обслуговування, як вже наголошувалося, безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування готельного комплексу. Це – якість керівництва і управління (планування, аналіз, контроль). Від якісного планування (розробки стратегії, системи планів і т.п.) залежить досягнення поставленої мети і якість послуг готельного комплексу.

Головна цільова установка систем якісного обслуговування, побудованих на основі стандартів ІСО серії 9000, – забезпечення якісного обслуговування, що вимагається споживачами, і надання їм доказів здатності готельного комплексу зробити це. Відповідно механізм системи, застосовувані методи і засоби орієнтовані на цю мету. Разом з тим в стандартах ІСО серії 9000 цільова установка на економічну ефективність виражена вельми слабо, а на своєчасність постачань – просто відсутня.

Але, не дивлячись на те, що система не вирішує всіх задач, необхідних для забезпечення конкурентоспроможності, популярність системи лавиноподібно зростає, і сьогодні вона займає міцну позицію в ринковому механізмі. Зовнішньою ж ознакою того, чи є в готельному комплексі система якості за стандартами ІСО серії 9000, є сертифікат на систему.

У результаті наявності у готельного комплексу сертифікату на систему якісного обслуговування стала у багатьох випадках однією з основних умов його допуску до тендерів по участі в різних проектах.

Про популярність стандартів ІСО серії 9000 свідчить загальна динаміка сертифікації систем якісного обслуговування на відповідність їх вимогам.

Для успішного обслуговування в готельних комплексах на сучасному ринку наявність у них системи якісного обслуговування, відповідної стандартам ІСО серії 9000, і сертифікату на неї є може не зовсім достатньою, але необхідною умовою. Тому і в Україні деякі

готельні комплекси вже впровадили стандарти ІСО серії 9000 і мають сертифікати на свої системи якості.

У 1990-і рр. посилюється вплив суспільства на господарюючі суб'єкти, які, в свою чергу, стали все більше враховувати інтереси суспільства. Це призвело до появи стандартів ІСО 14000, що встановлюють вимоги до систем управління з погляду захисту навколишнього середовища і безпеки.

Сертифікація систем якості на відповідність стандартам ІСО 14000 стає не менш популярною, ніж на відповідність стандартам ІСО 9000. Істотно зріс вплив гуманістичної складової якісного обслуговування. Посилюється увага керівників готельних комплексів до задоволення потреб свого персоналу.

Впровадження стандартів ІСО 14000 і ІСО 9000, а також методів самооцінки по моделях Європейської премії за якість – це головне досягнення етапу, що характеризується п'ятою зіркою. *Переваги сертифікації готельних послуг.*

Застосування готельними комплексами в Україні сертифікації готельних послуг в умовах ринкових відносин дає наступні переваги:

- забезпечує довіру внутрішніх і зарубіжних споживачів та партнерів до якості готельних послуг;
- полегшує і спрощує вибір необхідних готельних послуг споживачам;
- забезпечує споживачам отримання об'єктивної інформації про якість готельних послуг;
- сприяє тривалішому успіху і захисту в конкурентній боротьбі;
- стимулює поліпшення якості обслуговування в готельних комплексах шляхом встановлення в них прогресивніших вимог;
- сприяє підвищенню організаційно-технічного рівня управління якістю обслуговування;
- стимулює прискорення НТП.

5. Пожежна документація

Пожежна безпека будь-якого об'єкта починається з розробки та введення в дію відповідних організаційно-розпорядничих документів. Узагальнюючи вимоги основних діючих нормативних актів з питань пожежної безпеки щодо необхідності наявності такої документації нижче наводиться її перелік:

- Наказ (накази) про призначення відповідальних за пожежну безпеку окремих будівель, споруд, приміщень, дільниць тощо, технологічного та інженерного устаткування, а також за утримання і експлуатацію технічних засобів протипожежного захисту.
- Наказ (або відповідне положення) про порядок проходження працівниками спеціального навчання, інструктажів і перевірки знань з питань пожежної безпеки.
- Журнал реєстрації інструктажів з питань пожежної безпеки.
- Експертний висновок (експертні висновки) щодо правильності і повноти виконання протипожежних вимог діючих нормативних актів у проектно-кошторисній документації на будівництво, реконструкцію, технічне переоснащення об'єктів виробничого та іншого призначення, впровадження нових технологій
- Плани (схеми) евакуації людей на випадок пожежі.
- Акти перевірок протипожежного стану приміщень та споруд підприємства
- Пам'ятки про правила пожежної безпеки та поведінку людей для громадян України та іноземних громадян (відповідними мовами), які мешкають у готелі.
- Плани індивідуальної евакуації у кожному номері та для кожного поверху

6. Санітарно-гігієнічні вимоги до готелю

Особливості повсякденної діяльності готельного господарства, саме призначення готелів обумовили високі санітарно-гігієнічні вимоги до них.

Розкриємо загальні санітарно-гігієнічні вимоги до готелів будь-якої категорії.

До будівництва та експлуатації будинків та інших споруд, які використовуються для прийому відпочиваючих застосовуються загальні протипожежні правила, які стосуються пожежної безпеки житлових будинків та інших відповідних споруд.

Готель будь-якої категорії повинний мати зручні під'їзні колії з необхідними дорожніми знаками, упоряджену й освітлену прилягаючу територію, площадку з твердим покриттям для короткочасного паркування і маневрування автотранспорту (у т.ч. автобусів), вивіску з

назвою підприємства і вказівкою його категорії, при наявності окремого входу в ресторан – вивіску з його назвою.

Готель, що займає частина будинку, повинна мати окремий вхід.

Архітектурно-планувальні і будівельні елементи готелю і використовуване технічне устаткування повинні відповідати БНіП 2.08.02-89. Готель повинний розташовуватися в сприятливих екологічних умовах.

При проживанні в готелі повинні бути забезпечені безпека життя, здоров'я гостей і схоронність їх майна.

В будинку повинні бути аварійні виходи, схід, добре помітні інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію гостей як у звичайної, так і в надзвичайній ситуації.

Готель повинний бути обладнаний системами протипожежного захисту, оповіщення і засобами захисту від пожежі, передбаченими Правилами пожежної безпеки для житлових будинків, готелів.

У готелі повинні дотримуватися санітарно-гігієнічні норми і правила, встановлені органами санітарно-епідеміологічного нагляду в частині чистоти приміщень, стану сантехнічного устаткування, видалення відходів і ефективного захисту від комах і гризунів.

Все електричне, газове, водопровідне і каналізаційне устаткування повинне бути встановлене й експлуатуватися відповідно до «Правил технічної експлуатації готелів і їхнього устаткування».

Готель повинний бути оснащений інженерними системами й устаткуванням, що забезпечують:

- гаряче і холодне водопостачання (цілодобово), у районах з перебоями у водопостачанні необхідно мати ємність для мінімального запасу води не менш чим на добу;
- каналізацію;
- опалення, що підтримує температуру не нижче 18,5 °С у житлових і суспільних приміщеннях;
- вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує нормальну циркуляцію повітря і виключає проникнення сторонніх запахів у номери і суспільні приміщення;
- радіомовлення і телебачення (підводка в усі номери);
- телефонний зв'язок;
- освітлення в номерах: природне (не менш одного вікна), штучне, що забезпечує освітленість при лампах накаливання – 100 Лк; при люмінесцентних лампах – 200 Лк, у коридорах – цілодобове природне або штучне висвітлення.

Територію готелів прибирають щодня.

Найбільш трудомісткою сферою діяльності персоналу є прибирання внутрішніх приміщень. Вона включає прибирання вестибюлів, житлових номерів, коридорів, холів, суспільних, адміністративних і підсобних приміщень, а також виробничих.

Особливе місце серед прибиральних робіт у готелі займає поточне прибирання житлових номерів. Поточне щоденне прибирання покоївка виконує у форменому спецодязі. На підставі «шахового листа» вона з'ясовує наявність форменому спецодязі. На підставі «шахового листа» вона з'ясовує наявність вільних заброньованих номерів або місць, що звільнюються протягом дня, і в міру звільнення їх робить зміну постільної білизни і рушників

Ці дані потрібні для правильної організації робочого дня. Почати роботу необхідно з номерів поставлених на бронювання і вільних, тому що в них у будь-який час можуть оселитись і якщо вони вже були прибрані у вечірній або нічний час ранком покоївці потрібно протерти пил з полірованих поверхонь і перевірити якість прибирання санітарного вузла наявність у ньому туалетного папера і мила. Така перевірка віднімає небагато часу, зате створює впевненість у гарній підготовці номера до заселення. Потім покоївка прибирає номери, що звільнилися після виїзду проживаючих, щоб підготувати їх до заселення і не допустити простоїв. Лише після цього вона приступає до поточного, щоденного прибирання номерів, зайнятих проживаючими, як правило виконуючи це у час відсутності проживаючих за винятком тих випадків коли в номері знаходиться хворий або живе велика родина.

Всі робітники, які безпосередньо пов'язані з обслуговуванням громадян, проходять медичне обстеження, результати якого відображаються в їх особистих медичних картках. Ці книжки пред'являються на вимогу представників контролюючих органів.

Якість підготовки номерів перед заселенням перевіряється (контролюється) робітниками служби прийому і обслуговування згідно затвердженій технології.

Згідно з Законом України «Про захист прав споживачів» в готелі на видному місці має бути книга відгуків і пропозицій.

Висновок

Готельні послуги, так само як і самі готельні комплекси, підлягають обов'язковій сертифікації, ліцензуванню та стандартизації.

Сертифікація – це діяльність незалежної від готельного комплексу сторони по підтвердженню відповідності готельних послуг вимогам, які встановлені законодавчими актами, стандартами та іншими нормативно-технічними документами (НТД).

Якщо готельний комплекс не пройшов ліцензування, він не має права надавати готельні послуги.

Якщо послуги даного готельного комплексу не відповідають державним стандартам, вони не сертифікуються, отже готельний комплекс не має право надавати їх.

Отже, без ряду документів готель не має право на легальне функціонування. До офіційної реєстрації підприємства необхідно зібрати всі складові зовнішньої документації. Вся внутрішня документація вступає в дію з моменту відкриття закладу.

Питання для самопідготовки

1. Призначення лабораторій та їх різноманітність.
2. Методи лабораторного контролю в досягненні якості продукції та послуг.
3. Перелік процесів СУЯ в ГРС.
4. Роль персоналу в професійному наданні послуг в ГРС.

Тема 5. СНОВНІ МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ

Питання для розгляду:

1. Особливості видів оцінки
2. Проблеми фальсифікації та ідентифікації харчових продуктів
3. Класифікація методів фальсифікації
4. Приклади деяких фальсифікацій продуктів харчування

Номенклатура і класифікація показників якості кулінарної продукції, готельних послуг та послуг харчування. Рекомендації щодо формування системи показників якості продукції та послуг.

Статистичні методи управління якістю продукції та послуг. Контрольні листки дефектів, діаграма Парето, причинно-наслідкова діаграма Ісікави, метод контрольних карток, діаграма розподілу параметрів, діаграма розсіювання, графіки, лінійні, стовбчасті, кругові діаграми, метод шести сігм.

Кваліметричні методи оцінювання якості продукції та послуг. Диференційний і комплексний методи оцінювання. Принципи кваліметрії. Етапи алгоритму кількісної комплексної оцінки якості продукції та послуг: 1. Номенклатура і класифікація, особливості видів оцінки та показників якості. 2. Застосування в готельній справі. 3. Ефективність застосування.

Конкурентна боротьба має наслідком те, що з двох однакових товарів купують дешевший, а за однакових цін – якісніший. Зрозуміло, що якість завжди була і залишається важливою ринковою характеристикою товару, а оцінка якості товарів споживачами завжди визначатиме стратегію конкуренції промислових фірм. Відомий американський фахівець у галузі якості А. Фейгенбаум у своїх публікаціях неодноразово підкреслював, що 1980-ті рр. стали періодом безпрецедентного зростання значення якості. Уже наприкінці минулого десятиріччя для 80 % покупців промислових та споживчих товарів якість стала так само або навіть більш важливою ніж ціна. Для порівняння: у 1970-х рр. такої думки дотримувалося лише 30 % покупців. Тому в підприємців ринкової економіки склалося стійке розуміння того, що найефективніший спосіб швидше продати товари та послуги – це поліпшити їхню якість.

Підвищення якості продукції – один із визначальних чинників інтенсифікації розвитку перехідної економіки. Поліпшення якості сировини, матеріалів, обладнання сприяє ефективнішому забезпеченню потреб за рахунок економії ресурсів. Нині якість товарів має вирішальне значення для забезпечення їх конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Висока якість експортованої продукції сприяє зовнішньополітичним і торговельно-економічним успіхам України, свідчить про зростання господарської і науково-технічної потужності держави, її оборонної спроможності. Якість продукції служить найточнішим індикатором рівня застосування досягнень науково-технічного прогресу в економіці, ефективності функціонування всіх її складових.

1. Особливості видів оцінки якості

Кожний вид продукції має набір певних об'єктивних особливостей, що виявляються за її створення та використання. Такі особливості становлять властивості продукції. Властивості продукції, які задовольняють споживачів за її використання, називають споживчими.

Якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, що дають їй можливість задовольняти обумовлені або передбачені потреби./ Заздалегідь визначені потреби фіксуються під час укладання контракту через посилення на відповідні технічні умови або інші нормативно-технічні документи. Як правило, це стосується таких показників, як функціональна придатність, експлуатаційна готовність, безпека, ремонтпридатність, екологічні чинники. Зв'язок якості з передбачуваними потребами визначає необхідність системних маркетингових досліджень ринку. Першочерговість і взагалі необхідність маркетингового підходу до вивчення ринку саме і пояснюються тим, що сучасне уявлення про якість товарів і послуг передовсім пов'язане з можливостями найбільшого задоволення вимог та побажань споживачів. Споживачами виробу ч и послуги можуть бути як окремі індивідууми, так і групи людей (підприємства, організації, суспільство в цілому). Потреби завжди пов'язані з рисами характеру людини як особистості й багато в чому визначаються її психікою.

Найпоширенішою є нині теорія побудови ієрархії потреб англійського вченого Абрахама Маслоу. На його думку, усі потреби поділяються на п'ять ієрархічних груп, які створюють так звану

піраміду. Першу і основну з них становлять фізіологічні потреби – голод, спрага, секс, одяг, притулок. Якщо ці потреби тривалий час не задовольняються, вони стають домінуючими. Їхня тотожність із самою можливістю виживання людини дає підстави вважати такі потреби базисними.

У суспільстві, де фізіологічні потреби задоволено, переважають потреби вищого рівня. Нині вторинні потреби мають тенденцію до випередження первинних. Це пояснюється особливостями розвитку психіки сучасної людини, коли потреби більш високого рівня стають важливішими ніж попереднього, а перехід від одного рівня до іншого не обов'язково здійснюється за абсолютного (100 %) задоволення попередніх потреб.

Саме якість виробу, яка визначається його властивостями і часто ототожнюється з ними, служить задоволенню потреб індивідуума. Мірою якості (за суто маркетингового підходу) слід вважати рівень задоволення споживача товаром чи послугою, що, у свою чергу, визначається співвідношенням їх вартості і цінності (споживчої вартості).

Отже: Якість = Задоволенню споживача = Цінність/Вартість.

Треба звернути увагу ще на чотири суттєві моменти у визначенні якості.

По-перше, ототожнювання якості з властивостями продукції дає змогу розглядати її як найскладнішу властивість. Інакше кажучи, якість можна уявити як вершину ієрархічної структури впорядкованої сукупності функціонально-корисних властивостей продукції.

По-друге, якість як певна цілісність і завершеність споживчої вартості існує лише за існування потреби в продукції. Якщо потреби немає, тоді й продукція незалежно від рівня її технічної досконалості й технологічного виконання не матиме якості у тому розумінні, що ніхто на неї не звертатиме

За цими показниками якості продукції і робиться їх оцінка.

Існують такі класи характеристик:

1. фізичні – механічні, електричні, хімічні, біологічні;
2. органолептичні – пов'язані з нюхом, дотиком, смаком, зором, слухом;
3. поведінкові – увічливість, чесність, правдивість;
4. часові – пунктуальність, безвідмовність, готовність;

5. ергономічні та функціональні – пристосованість до фізіологічних особливостей людини, швидкість, ємність, вантажомісткість тощо.

У нормативних документах, на які посилаються за укладання угод та контрактів, показники якості продукції поєднуються в окремі групи і класифікуються:

1. за властивостями;
2. способом відображення (у натуральних чи вартісних одиницях);
3. кількістю властивостей, що характеризуються (одиничні й комплексні);
4. важливістю для оцінювання (відносні та базові);
5. етапом обчислення значень (прогнозні, проектні, виробничі, експлуатаційні).

У маркетинговій діяльності, особливо за здійснення програми просування товару, найчастіше застосовуються показники якості, що характеризують окремі властивості продукції. Вони систематизовані, зведені в окремі групи і визначають найважливіші і найзастосовуваніші функціонально-корисні властивості товарів. До них відносять такі групи показників.

Показники призначення. З допомогою цих показників оцінюються властивості, що визначають головне споживче призначення продукції та зумовлюють сферу її можливого застосування. До цієї групи належать такі підгрупи показників якості: класифікаційні, функціональні, конструктивні, показники складу та структури. уваги. Щоправда, в процесі історичного розвитку людина відкриває нові властивості природних речовин та продуктів своєї праці. Відкриття нових, сформованих природою або доданих працею корисних властивостей того чи іншого матеріального блага може привернути увагу до його якості. Наприклад, майже до середини XIX ст. людство не відчувало потреби в нафті, а відповідно й не цікавилось її якістю. У міру розвитку науки і виробництва якість нафти почали оцінювати за можливістю її використання для задоволення енергетичних, технологічних та інших потреб.

По-третє, не всі властивості продукції визначають її якість. Беруть до уваги лише ті з них, які є функціонально-корисними, впливають на призначення матеріального блага, його здатність задовольняти потреби – особисті чи виробничі. Корисні властивості продукції формуються як природою, так і працею. До останніх належать

різноманітні конструктивні та технологічні особливості виробу, їх пристосованість до взаємодії з людиною, для технічного обслуговування, ремонту, збереження тощо. Підвищення якості здійснюється за рахунок поліпшення не всіх, а лише корисних властивостей продукції, котрі забезпечують виконання або розширення основних її функцій.

По-четверте, використання продукції має відповідати її призначенню. За неправильного використання навіть високоякісна продукція не дає бажаного ефекту. Інакше кажучи, якість, як упорядковану сукупність властивостей, можна повністю реалізувати лише за умови відповідності застосування Функціональні показники разом із даними щодо технічної ефективності продукції визначають користь від експлуатації виробів, рівень прогресивності закладених у них рішень. Коли оцінюються складні технічні об'єкти, ці показники вважають експлуатаційними (продуктивність агрегату, точність приладу, питома енергоємність виробу).

Конструктивні показники дають точне уявлення про головні проектно-конструкторські рішення виробів, визначають зручність їх встановлювання та монтажу. До них відносять дані про габаритні розміри продукції, наявність у ній додаткових пристроїв, коефіцієнт блочності (рівень використання готових блоків), показники ефективності, взаємозамінності.

Показники складу і структури визначають вміст у продукції хімічних елементів, їхніх сполук і структурних груп. Як приклад таких показників можна назвати відсоток вмісту потрібних домішок у легованій сталі, сірки – в коксі і т. п.

Показники призначення характеризують корисну роботу, яка виконується безпосередньо виробом, або рівень універсальності й можливу ефективність споживання матеріальних ресурсів. Стосовно технічно складних виробів можливий корисний ефект використання має числовий вираз і безпосередньо виноситься в назву продукції. Наприклад, оперативна пам'ять комп'ютера в мегабайтах, величина діагоналі кінескопа в дюймах або сантиметрах тощо.

Показники якості оцінюють споживчі властивості виробу, що зумовлюють збереження основних параметрів функціонування в межах відповідного часу і за відповідних умов використання. Значущість кожної з цих властивостей залежить від особливостей призначення, виготовлення і реального застосування продукції.

Безвідмовність характеризує здатність виробу постійно зберігати працездатність протягом певного часу або до досягнення певних показників напрацювання. До показників безвідмовності належать: час безвідмовної експлуатації, середнє напрацювання до першої відмови виробу.

Показники довговічності визначають властивість виробу зберігати робоздатність до граничного стану з необхідними перервами для технічного обслуговування та ремонту.

Показники пристосованості до зберігання теж мають непересічне значення в маркетинговій діяльності.

Підвищення надійності сучасної виробничої та побутової техніки має велике значення. Тому для оцінки її надійності важливо мати кількісну характеристику не тільки окремих властивостей, а і їхньої сукупності. Стосовно складних технічних систем останнє забезпечується розрахунком спеціальних комплексних показників: коефіцієнтів готовності, коефіцієнтів технічного використання, середньої сумарної трудомісткості технічного обслуговування.

1. Ергономічні показники якості служать для оцінювання пристосованості виробу до взаємодії з людиною-користувачем (оператором).
2. Естетичні показники характеризують зовнішній вигляд продукції, її виразність, своєрідність, гармонічність, цілісність, відповідність середовищу, стилю та моді.

До них належать показники:

- інформаційної виразності;
- раціональності форми;
- цілісності композиції;
- досконалості виробничого виконання та сталості товарного вигляду.

Особливість естетичних показників полягає в тому, що визначення їхніх чисельних значень здійснюється з допомогою суб'єктивних методів спеціальною експертною комісією.

Екологічні показники якості оцінюють рівень можливого шкідливого впливу на навколишнє середовище продукції, що споживається або експлуатується. Як правило, ці показники відображають вимоги, виконання яких забезпечує підтримування раціональної взаємодії між діяльністю людини та довкіллям. Для оцінки якості продукції застосовують такі екологічні показники: 1) вміст шкідливих домішок, що викидаються в навколишнє

середовище; 2) імовірність викиду шкідливих часток, газів, випромінювань за збереження, перевезення, експлуатації або споживання.

Слід зазначити, що вимоги до безпеки за нормальних умов праці фіксуються в групі гігієнічних показників. Крім цього, установлюючи показники безпеки, беруть до уваги стандарти та рекомендації ІСО, ураховують правила й норми пожежної безпеки, виробничої санітарії. Слід зазначити, що міжнародний досвід визначення вимог до якості товарів-послуг значно обмежений і за деталізацією поступається матеріальним продуктам.

Сенсорний аналіз – це органолептична оцінка якості харчових продуктів із застосуванням методів і умов, що гарантують точність і відтвореність результатів. Наукові дослідження показують, що можна одержати досить точні результати сенсорної оцінки і по відтвореності рівноцінні результатам аналітичних методів це можливо при дотриманні певних умов проведення дегустації і відповідних умов до дегустаторів.

При органолептичних методах аналізу якість товарів визначається з допомогою органів відчуття – зору, дотику, нюху, смаку, слуху які називають аналізаторами

Мета органолептичної оцінки – встановлення ступеню непридатності продукту, а визначення рівня його позитивної якості, і

Значимість окремих показників якості нерівноцінна. Смак і запах не можна прирівняти до кольору чи форми. За колір і зовнішній вигляд зразок, що досліджується може одержати відмінну оцінку, а за смак і запах – незадовільну. При математичній обробці результатів дегустації отримується середній бал, що відповідає хорошій якості зразка, в той час як в дійсності зразок непридатний для реалізації.

Для проведення органолептичних методів аналізу створюють спеціально призначені лабораторії. При створенні сенсорної лабораторії необхідно врахувати всі вимоги нормативних документів в яких описані органолептичні методи дослідження харчових продуктів.

Оптимальна необхідність приміщень для сенсорної лабораторії:

1. дегустаційний зал;
2. вагова кімната;
3. приміщення підготовки проб та миття посуду.

Органолептичні методи визначення якості товарів є найпростішими, зручними, швидкими і зазвичай чутливішими в

порівнянні з лабораторними методами аналізу, органолептичні методи аналізу не вимагають дорогого обладнання, приладів і широко застосовуються при оцінці якості товарів.

Недоліками органолептичних методів аналізу є суб'єктивізм і описовий характер показників якості, що затрудняє порівняльну характеристику товарів. Тому, як правило, організацію сенсорної лабораторії поєднують з аналітичною лабораторією, де використовуються і органолептичні і лабораторні методи дослідження якості товарів.

Серед існуючих методів оцінки якості продовольчих товарів сенсорний аналіз відзначається простотою та швидкістю проведення, доступністю використання. Водночас результати сенсорної оцінки за точністю відтворення можуть бути рівноцінні результатам аналітичних методів.

Органолептичні методи дослідження продовольчих товарів застосовуються для порівняння якості різних товарів або партій товарів, для контролю якості продукції в процесі виробництва, для оцінки якості товарів у торгівлі та для експертного дослідження конкурентоспроможності продукції.

Найбільш відстала ланка в харчовій експертизі – це надто великий обсяг суб'єктивних методів органолептичної оцінки якості харчових продуктів та використання надто тривалих і трудомістких методів мікробіологічних досліджень харчових продуктів. На сучасному етапі розвитку харчової експертизи для сенсорної оцінки якості харчових продуктів необхідні автоматичні прилади та біосенсори для аналізу вмісту різних харчових і нехарчових речовин, які впливають на сенсорну якість харчової продукції. Інтенсифікація об'єктивізації сенсорної оцінки харчових продуктів дозволить звільнитися від елемента суб'єктивності в їхній оцінці. Останнім часом у цій сфері здійснюється певний поступ вперед. Розроблені біосенсори для аналізу вмісту етанолу в харчових продуктах (Велика Британія), автоматичний прилад із напівпровідниковими датчиками для оцінки консервованих продуктів (Італія), біосенсор для визначення вмісту глюкози в харчових продуктах (США).

Виходячи з цього, особливим розділом харчової експертизи є технологічна експертиза харчових продуктів, тобто оцінка експертом відповідності процесів виробництва, зберігання, транспортування і реалізації харчових продуктів встановленим санітарно-гігієнічним

вимогам. Мета цього розділу харчової експертизи – забезпечення безпеки харчових продуктів при їх виробництві і зберіганні.

Об'єктом технологічної експертизи є технологічні процеси на усіх або окремих стадіях виробництва. Основою її проведення є:

1. необхідність оцінки ефективності технологічних процесів в ході впровадження або виробництва нових харчових продуктів;
2. визначення кількісних і якісних змін харчових продуктів після тривалого зберігання;
3. оцінка ефективності нових методів пакування, зберігання, реалізації, прогресивних форм обслуговування;
4. сертифікація послуг торгівлі та громадського харчування.

Застосування в готельній справі. Досягнення і підтримка певного рівня якості послуг в готелі залежить від системного підходу до управління нею, що покликаний забезпечити розуміння і задоволення потреб споживача. Досягнення певного рівня якості робить необхідним дотримання принципів якості на всіх рівнях у готелі, а також постійний аналіз і поліпшення створеної системи управління якістю. Остання заснована на зворотному зв'язку сприйняття споживачами наданих послуг.

Успішне здійснення управління якістю на етапі надання послуг створює значні можливості для:

1. поліпшення надання послуг і задоволення вимог споживача;
2. підвищення продуктивності, ефективності і скорочення витрат;
3. розширення ринку.

Для досягнення цих переваг у системі якості послуг повинні також враховуватися аспекти людського фактора, залучення до надання послуги, за допомогою:

1. управління соціальними процесами, пов'язаними з наданням послуг; розгляд взаємодії людей як однієї з вирішальних складових частин якості послуг;
2. визнання важливості сприйняття образу, що створився в споживача про готель, культуру та процес надання послуг;
3. розвитку умінь і здатностей персоналу;
4. стимулювання зацікавленості персоналу у підвищенні якості і задоволенні очікувань споживача.

Споживач є центральною ланкою трьох ключових аспектів системи якості. Задоволеність споживача може бути досягнута лише за

наявності гармонії між відповідальним керівництвом, людськими і матеріальними ресурсами, а також структурою системи якості.

Керівництво несе відповідальність за розробку політики в сфері якості послуг і задоволення споживачів. Її успішна реалізація залежить від тієї уваги, яку керівництво приділяє розробці та ефективному функціонуванню системи якості. На вище керівництво покладаються відповідальність і зобов'язання за політику готелю у сфері якості. Воно повинне розробити і документально оформити політику якості, що стосується:

1. рівня якості і наданих послуг;
2. репутації готелю щодо якості;
3. цілей забезпечення якості послуг;
4. вибору підходу до досягнення цілей у сфері якості;

Успішне здійснення управління якістю на етапі надання послуг створює значні можливості для:

1. поліпшення надання послуг і задоволення вимог споживача;
2. підвищення продуктивності, ефективності і скорочення витрат;
3. розширення ринку.

Для досягнення цих переваг у системі якості послуг повинні також враховуватися аспекти людського фактора, залучення до надання послуги, за допомогою:

1. управління соціальними процесами, пов'язаними з наданням послуг; розгляд взаємодії людей як однієї з вирішальних складових частин якості послуг;
2. визнання важливості сприйняття образу, що створився в споживача про готель, культуру та процес надання послуг;
3. розвитку умінь і здатностей персоналу;
4. стимулювання зацікавленості персоналу у підвищенні якості і задоволенні очікувань споживача.

Споживач є центральною ланкою трьох ключових аспектів системи якості. Задоволеність споживача може бути досягнута лише за наявності гармонії між відповідальним керівництвом, людськими і матеріальними ресурсами, а також структурою системи якості.

Керівництво несе відповідальність за розробку політики в сфері якості послуг і задоволення споживачів. Її успішна реалізація залежить від тієї уваги, яку керівництво приділяє розробці та ефективному функціонуванню системи якості. На вище керівництво покладаються відповідальність і зобов'язання за політику готелю у

сфері якості. Воно повинне розробити і документально оформити політику якості, що стосується:

1. рівня якості і наданих послуг;
2. репутації готелю щодо якості;
3. цілей забезпечення якості послуг;
4. вибору підходу до досягнення цілей у сфері якості;
5. ролі персоналу готелю, відповідального за реалізацію політики в області якості.

Керівництво повинне забезпечити опублікування політики готелю в сфері якості, забезпечити її зрозумілість, здійсненність і проведення у життя.

Реалізація політики в сфері якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей у сфері якості. Першочергові завдання повинні включати:

1. постійне задоволення вимог споживачів з погляду професійних стандартів і етики;
2. безперервне підвищення якості послуг;
3. врахування соціальних потреб;
4. ефективність при наданні послуг.

Керівництво повинне перетворити першочергові завдання в набір цілей і заходів у сфері якості. Прикладами цього можуть служити:

1. чітке визначення потреб споживача і відповідних заходів в області якості;
2. вжиття профілактичних заходів з метою попередження невдоволення споживача;
3. оптимізація витрат, пов'язаних з якістю, з метою досягнення необхідного рівня якості надання послуг;
4. залучення всього персоналу готелю до досягнення необхідного рівня якості;
5. безперервний аналіз вимог, що висуваються до послуг, досягнутого рівня, з метою визначення можливостей щодо підвищення їхньої якості;
6. попередження несприятливого впливу готелю на суспільство.

Для досягнення цілей у сфері якості керівництво повинне створити структуру системи якості, що забезпечить ефективність управління, оцінку і підвищення якості послуг на всіх етапах їх надання. Варто докладно визначити загальну й конкретну відповідальність і повноваження всього персоналу, діяльність якого впливає на якість послуг. Сюди ж відноситься

7. забезпечення ефективного зв'язку між споживачем та персоналом готелю, що надає послуги у всіх випадках їхньої безпосередньої взаємодії в рамках і поза готелем. Відповідальність і повноваження повинні відповідати засобам і методам, необхідним для досягнення необхідної якості послуги.

Зауваження, висновки і рекомендації, отримані в результаті аналізу та оцінки, повинні бути подані в документальній формі керівництву для вжиття необхідних заходів з розробки програми підвищення якості послуг.

Життєвий цикл послуг у відповідності зі стандартами ІСО називається петлею якості. За її допомогою здійснюється взаємозв'язок виробника послуг зі споживачем, з усією системою, що забезпечує управління якістю послуг.

Готель має створити методики з системи якості, щоб конкретизувати експлуатаційні вимоги для всіх процесів, що стосуються надання послуг, включаючи три основних процеси (маркетинг, проектування і надання послуги), що функціонують у петлі якості.

На якість послуги, з точки зору споживача, безпосередньо впливають як зазначені процеси, так і дії, пов'язані з функціонуванням зворотного зв'язку, що сприяє підвищенню якості послуги. Сюди належать:

- оцінка наданих послуг готелем;
- оцінка отриманої послуги споживачем;
- перевірка якості впровадження та ефективності всіх елементів системи якості.

Всі елементи послуги, вимоги і положення, що належать до системи якості, повинні бути визначені і документально оформлені як частина всієї документації даного готелю. Відповідна документація щодо системи якості має включати посібник з якості, який повинен забезпечити опис системи якості та на який в подальшому буде даватися посилання. Він повинний містити:

- опис політики готелю у сфері якості;
- опис цілей готелю у сфері якості;
- структуру готелю, включаючи розподіл відповідальності;
- опис системи якості зі всіма елементами і положеннями, що її формують;
- практику готелю у сфері якості;

- структуру і розподіл документації щодо системи якості. Необхідно встановити методику контролю за виданням, поширенням і переглядом документів,

Зазначені методики повинні забезпечити:

- затвердження документів уповноваженими на те особами;
- видання документів і їхню наявність там, де ця інформація необхідна;
- зрозумілість і доступність документів для користувачів;
- можливість аналізу документів;
- вилучення документів у випадку їх застарілості.

Внутрішні перевірки якості необхідно проводити періодично як для контролю застосування та ефективності системи якості, так і для дотримання специфікацій послуг, специфікацій надання послуг і специфікацій управління якістю.

Внутрішні перевірки якості повинні плануватися, здійснюватися і протоколюватися відповідно до документації компетентним персоналом, незалежним від конкретної діяльності або області, що перевіряється.

Висновки перевірки повинні бути документально оформлені і представлені вищому керівництву. Керівництво, що відповідає за діяльність, яка перевіряється, повинне забезпечити вжиття необхідних і відповідних коригувальних дій згідно з висновками перевірки.

Необхідно також дати оцінку застосуванню та ефективності коригувальних дій, проведених за результатами попередніх перевірок.

Ефективність застосування. Незважаючи на широкий спектр прийнятих законів, постанов та інструктивних матеріалів, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних підприємств залишається низькою, а ціни й тарифи на послуги наближаються до найвищого рівня. Це пояснюється застарілістю

матеріально-технічної бази готелів та браком коштів на її поновлення та поповнення, недостатнім професійним рівнем як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, недосконалістю технічного забезпечення підприємств. Проте ситуацію виходу з кризи гальмує недосконалість системи оцінки та контролю якості обслуговування й механізму регулювання цін на послуги готелів України. Взаємозв'язок і взаємозалежність якості послуг та рівня цін регулюються державою через систему стандартизації й сертифікації послуг.

Оскільки критерієм порівняння готельних тарифів є тотожність показників класності засобів розміщення, необхідно зупинитися на проблемі їх класифікації більш докладно.

Контроль якості в сучасному розумінні цього терміна виник у 1905 р., коли Генрі Форд (США) розділив складний цикл виготовлення автомобіля на короткі прості операції. Унаслідок цього постала можливість використовувати у виробництві некваліфіковану робочу силу, а контроль якості обмежити відокремленням неякісної продукції від якісної. Система мотивації передбачала штрафи за дефекти і брак. Взаємовідносини із постачальниками та споживачами будувалися на підставі технічних умов (ТУ). Концептуальні підходи цього етапу розвитку систем забезпечення

якості обмежувалися головним – споживач має отримувати лише добротні вироби, котрі вповні відповідають стандартам. Головні зусилля виробничого менеджменту спрямовувалися на те, щоб браковані вироби не потрапили до споживача. У рамках цієї концепції чисельність контролерів якості у високотехнологічних галузях інколи досягала 30–40 % від чисельності виробничого персоналу. Це суперечило цілям підвищення ефективності виробництва. Подоланню такої суперечності сприяло широке застосування спеціальних карт, розроблених у 20-ті роки минулого століття американським ученим В. А. Шухартом. їх запровадження започаткувало статистичний контроль якості. Статистичні методи уможливили збільшення виходу якісних виробів завдяки активному контролю та регулюванню

безпосередньо технологічного процесу. У такий спосіб було здійснено перехід від управління якістю окремих виробів до управління процесами. Водночас ускладнилися відносини між постачальником і споживачем. У них все більшу роль почав відігравати статистичний приймальний контроль.

Система якості має функціонально керувати, забезпечувати та поліпшувати кожний етап «петлі якості» і Вихідною позицією цієї діяльності є визначення будь-якого відхилення в продукції, в елементах виробничого процесу або в системі якості. Відтак здійснюється аналіз причин, нагромадження, облік і оцінювання зібраної інформації, ухвалення і реалізація рішень щодо усунення причин дефектів і відхилень. До такої діяльності, наприклад, відносять статистичне.

регулювання технологічних процесів. Заходи з виявлення та усунення невідповідностей та їхніх причин у вітчизняній економічній

літературі, присвяченій проблемам якості, мають здебільшого назву «замкнений цикл управління» Отже, управління якістю – це контроль, облік, аналіз (оцінювання), прийняття та реалізація рішення.

Поліпшення якості, як було вже сказано, пов'язують із постійною діяльністю, яка має на меті підвищення технічного рівня продукції, якості її виготовлення, удосконалення всіх елементів виробництва. Цей напрямок у системному управлінні якістю склався під впливом світового досвіду. Завданням такої діяльності є поліпшення параметрів продукції, підвищення якості виготовлення виробів, зниження виробничих витрат та цін, тобто досягнення результатів, досконаліших за передбачені чинними нормами, а отже, підвищення якості за більш низьких цін. Поєднання цих переваг сприяє зростанню конкурентоспроможності продукції.

Успішне забезпечення функціонування організації потребує методичного і «прозорого» керування. Однак нині досягнення успіху можливе тільки завдяки запровадженню системи управління, спрямованої на постійне поліпшення показників роботи організації і урахування потреб заінтересованих сторін.

Отже, забезпечення якості – це сукупність запланованих і систематично здійснюваних заходів, які створюють необхідні умови для виконання кожного елемента «петлі якості» так, щоб продукція задовольняла визначені вимоги. Інакше кажучи, система має забезпечувати впевненість у безвідмовному функціонуванні всіх її складових. Це стосується вимог до обладнання, сировини, матеріалів, комплектувальних виробів, метрологічних засобів і виробничого персоналу. Особливе місце з-поміж усіх заходів належить тим, які спрямовано на запобігання будь-яким відхиленням від стандартів. Система має функціонувати в такий спосіб, щоб забезпечувати впевненість у тому, що проблеми буде своєчасно розв'язано.

Можливість товару або послуги задовольняти обумовлені або передбачувані потреби покупця визначається за допомогою спеціальних показників якості. Показник якості – це кількісна характеристика однієї або кількох властивостей продукції за певних умов її створення, експлуатації або споживання. Отож, якість – це здатність сукупних характеристик продукції задовольнити вимоги споживача. Характеристикою вважається будь-яка відмітна властивість. Вона може бути власною чи заданою, якісною чи кількісною і належати до різних класів.

2. Проблеми фальсифікації та ідентифікації харчових продуктів

Ця проблема вперше гостро постала під час Великої промислової революції в Європі, коли, у зв'язку із значною концентрацією робітників на промислових підприємствах Західної Європи, навмисно підроблялись харчові продукти. Реакцією на це стало проведення інтенсивних досліджень, особливо у Німеччині, направлених на викриття фальсифікації харчових продуктів. Було сконструйовано необхідні прилади.

Сучасні методи досліджень дозволили встановити такі дози забруднення продуктів харчування, про які раніше не підозрювали навіть науковці, що дозволило зробити висновок про те, що абсолютно безпечних продуктів не існує, оскільки практично не існує жодного їхнього компонента, який не був би безпечним для тієї чи іншої категорії населення. В свою чергу це дозволило перепереверити рівні ризику і встановити інші допустимі концентрації забруднюючих речовин.

Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» № 44 (371) від 5 листопада 2002 р. регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) і споживачами під час розробки, виробництва, ввезення харчових продуктів на митну територію України, їх закупівлю, використання, споживання та утилізацію.

У 1970-х рр. під егідою ФАО/ВООЗ створена міжнародна програма розробки стандартів харчових продуктів. Головним її органом є комісія «Кодекс Аліментаріус», до якої входить 117 країн. Крім комісії «Кодекс Аліментаріус», міжнародні стандарти розробляє ЄЄ, а також Міжнародна організація стандартів (ISO). В Україні питаннями контролю якості та безпеки харчових продуктів займається Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації (Держстандарт) та Міністерство охорони здоров'я

За сучасних умов у всьому світі вимоги до якості харчових продуктів стали жорсткішими. Важливо, щоб якість харчових продуктів була ідентична тим вимогам, які закладено в державних стандартах і технічних умовах на їх виробництво. *Ідентифікація харчових продуктів – це виявлення відповідності їхніх характеристик, указаних при маркуванні, у супровідних документах чи в інших засобах інформації, висунутим до них вимогам. Як засоби ідентифікації харчових продуктів використовують нормативні, технічні та*

товарноспровідні документи, а також маркування. Складність ідентифікації полягає в тому, що в більшості випадків відсутні або не дуже надійні її критерії. Так, майже неможливо встановити ідентичність пшеничного борошна вищого гатунку, виготовленого одним хлібозаводом, але різними змінами та (або) виготовленого із борошна, одержаного від різних постачальників. За рубежем роблять спроби вносити у маркування харчових продуктів певну інформацію про їх приналежність до конкретної товарної партії. В Україні маркування, яке ідентифікує конкретну товарну партію, використовується лише для продукції консервної промисловості (консерви, пресерви).

За даними Комітету охорони прав споживачів, в Україні близько 80 % харчової продукції фальсифіковано за одним або кількома показниками. Найпоширенішою є асортиментна фальсифікація, яка здійснюється шляхом повної або часткової заміни харчового продукту його замінником іншого виду або найменування із збереженням подібності однієї або кількох його характерних ознак.

Серед асортиментної фальсифікації найпоширенішими є: часткова заміна водою, додавання до харчового продукту низькоякісного замінника і повна заміна натурального продукту імітатором. Замінники, які використовують в разі асортиментної фальсифікації, бувають харчовими – це дешевші, меншої цінності харчові продукти, але подібні до натуральних за однією або кількома ознаками.

Досвід свідчить про те, що в разі додавання 10 % води до рідких харчових продуктів (соки, вина) дегустатори не помічають фальсифікації. В разі додавання 20 % води близько 1/3 дегустаторів висловлюють сумнів відносно якості продукту і лише в разі 50 % розведення більшість дегустаторів впевнено розпізнають водянистий смак соків і вин. Так само незначне розведення водою рідких продуктів не реєструють прилади, якими визначають фізико-хімічні показники. Прикладом асортиментної фальсифікації є виготовлення концентратів, сиропів, соків і напоїв, кислот, ароматизаторів або заміна вершкового масла на маргарин в тортах та тістечках, що забороняється законодавством, додавання до борошна та крохмалю крейди, гіпсу, вапна, золи, до молока – крейди і соди.

В наш час набула поширення якісна фальсифікація харчових продуктів, тобто їх підроблення за допомогою харчових і нехарчових добавок, які імітують для покращення органолептичних характеристик, або заміна продукту вищого гатунку більш низьким.

Поширеними способами якісної фальсифікації є використання добавок, які імітують покращення якості, а також пересортування.

Середній житель Європи щорічно із їжею з'їдає більш як 2,5 кг різних хімічних речовин, які надають харчовим продуктам свіжого вигляду, приємного запаху і продовжують строки їх зберігання. За таких умов особливого значення набуває удосконалення системи нормативів, які забезпечували б здоров'я сучасних людей і наступних поколінь.

При ідентифікації товарів встановлюється збіжність досліджуваних товарів аналогам, які мають ту ж сукупність споживчих властивостей чи опису товарів на маркуванні, товаросупровідних та нормативних документах.

До засобів ідентифікації товарів відносяться нормативні документи, які регламентують показники якості, які можуть бути використані з метою ідентифікації, а також товаросупровідні документи. Як вже вказувалося раніше, до засобів ідентифікації відноситься також маркування товарів.

Призначення вказаних засобів є регламентація критеріїв ідентифікації. Критерії ідентифікації – це характеристики товару, які дозволяють ототожнювати найменування представленого товару з найменуванням, що вказане на маркуванні та/чи в товаросупровідних документах, а також з вимогами, встановленими нормативними документами. У нормативних документах та правилах Сертифікації продовольчих товарів передбачені три групи показників:

органолептичні, фізико-хімічні та безпеки.

З метою ідентифікації можна використати лише органолептичні та фізико-хімічні показники, які характеризують споживчі властивості товару. Показники безпеки, які визначаються при сертифікаційних випробуваннях, залежать від зовнішнього впливу та обміненія мікроорганізмами і непридатні як критерії ідентифікації.

До загальних органолептичних показників відносяться – зовнішній вигляд, смак, запах та консистенція. Зовнішній вигляд – не тільки найбільш доступний і поширений, але й один з найбільш значущих показників. Однак зовнішній вигляд як критерій ідентифікації не має достатнього ступеня надійності, оскільки фальсифікація товарів найчастіше здійснюється підркобою зовнішніх ознак. Смак та запах – найбільш характерні показники харчових продуктів, але і вони не є надійними критеріями, оскільки також можуть бути підроблені.

Консистенція – один з можливих критеріїв ідентифікації, але і як попередні, не є надійним.

Крім загальних органолептичних показників, деяким харчовим продуктам властиві і специфічні: внутрішня будова, прозорість, співвідношення твердої та рідкої фракцій. Ці показники також можуть бути використані з метою ідентифікації.

Таким чином, органолептичні показники недостатньо достовірні не можуть бути тільки єдиними критеріями ідентифікації і повинні бути доповнені фізико-хімічними показниками. Але фізико-хімічні показники специфічні і характерні для окремих груп

харчових продуктів, а інколи навіть для окремих видів. Перелік загальних фізико-хімічних показників досить обмежений і вони не завжди підходять для ідентифікації.

В зв'язку з цим, органолептичні і багато з фізико-хімічних показників інколи не відповідають вимогам перевіряння і об'єктивності, необхідно застосовувати комплекс взаємодоповнюючих критеріїв. Як критерій ідентифікації мають бути вибрані показники, які відповідають вимогам:

1. типовості для конкретного виду чи однорідної групи продукції;
2. об'єктивності та порівнюваності;
3. перевірюваності;
4. труднощі в фальсифікації.

Отже, ідентифікація товарів повинна носити характер комплексної оцінки, за якої найбільше значення мають важко фальсифіковані критерії. У діючих стандартах, технічних умовах такі критерії часто відсутні. Тому постала необхідність розробити спеціальні критерії ідентифікації і внести відповідні доповнення до стандартів і правил Сертифікації товарів.

Фальсифікація може розглядатися як дії, спрямовані на погіршення споживчих властивостей товару чи на зменшення його кількості під час збереження найбільш характерних, але неістотних для його використання за призначенням властивостей.

Виходячи з того, що фальсифікація товарів шкодила здоров'ю населення, закони про боротьбу з фальсифікацією харчових продуктів були прийняті ще в XIX ст. у багатьох розвинених європейських країнах – Франції (1851 р.), Німеччині (1879 р.), Італії (1890 р.), Бельгії (1891 р.). а потім – в Англії, Австрії, Швейцарії. У законах цих

країн передбачалися заходи покарання у вигляді штрафів, позбавлення громадянських прав, арешту та тюремного ув'язнення.

Поняття продукт-фальсифікат інколи плутають з поняттям продукт-сурогат. Продукти-сурогати – це продукти, які виробляються для заміни природних. Вони зовнішньо не відрізняються від останніх за виглядом, смаком, кольором, але у більшості мають знижену харчову цінність. Сурогати можуть реалізовуватися, якщо вони є нешкідливими для здоров'я людини і споживача проінформовано про їх склад і походження.

3. Класифікація методів фальсифікації

При фальсифікації звичайно підробляється одна чи декілька характеристик товару, що дозволяє виділити декілька видів фальсифікації:

1. асортиментна (видова);
2. якісна;
3. кількісна;
4. вартісна;
5. інформаційна.

Найбільшу шкоду організму людині може завдати асортиментна та якісна фальсифікація харчових продуктів.

При асортиментній фальсифікації підробка виконується за допомогою повної чи часткової заміни товару його заміником іншого виду чи найменування із збереженням схожості одного чи декількох ознак.

Для *замінників* характерними є такі особливості: значна дешевизна порівняно з натуральним товаром, знижені споживчі властивості, ідентичність найбільш характерних ознак. Залежно від засобів фальсифікації, схожості властивостей замітника та фальсифікованого продукту розрізняють такі засоби фальсифікації:

- часткова заміна продуктів водою;
- добавка до продукту замітника низького гатунку, який імітує натуральний продукт;
- заміна натурального продукту імітатором.

Усі замітники, які використовуються в асортиментній фальсифікації, поділяються на дві групи: харчові та нехарчові. *Харчові замітники* – це значно дешевші харчові продукти, які відрізняються низькою харчовою цінністю та подібністю до натурального продукту за одним чи декількома ознаками (вода для

рідких продуктів чи імітатори). *Імітатори* – це продукти, які використовуються чи спеціально розробляються для заміни натуральних продовольчих товарів (наприклад, кофейні напої з використанням зернових та цикорію; соки, сиропи та напої з використанням синтетичних барвників, кислот, ароматизаторів).

Нехарчові замітники бувають органічного чи мінерального походження та непридатні для харчових цілей. Багато з них можуть завдати шкоди здоров'ю людини, а інколи призвести до летального наслідку. – це повна або часткова заміна продукту його заміником, зі збереженням схожості однієї або кількох ознак.

Наприклад, заміна одного виду плодів на інший (персик на яблуко у йогурті), заміна вищого сорту борошна на нижчий (у хлібі або макаронних виробках), заміна вершкового масла на маргарин або рапсову олію.

Для омани споживача у такі вироби додають харчові добавки (барвники, ароматизатори), харчові та нехарчові замітники. Вони дешевші за складники, які мають бути у даному продукті.

Найчастіше для фальсифікації рідких продуктів використовують воду. Буває, додають замість справжніх продуктів імітатори – це речовини, що спеціально розроблені для заміни натуральних складників. Нехарчові замітники – це крейда, гіпс, попел та інші неїстівні речовини. їх також можуть додавати у продукти.

Підробку можна виявити за кольором, виглядом, смаком. Але точний результат може дати лише обладнана лабораторія.

Якісна фальсифікація – це підробка товарів за допомогою харчових чи нехарчових добавок для поліпшення органолептичних властивостей при збереженні чи втраті інших споживчих властивостей або заміна товару вищого гатунку нижчим. Засобами якісної фальсифікації є:

2. використання добавок, що імітують поліпшення якості;
3. пересортиця.

Добавки – це речовина чи сировина, яку додають до харчового продукту з метою покращання його споживчих властивостей. Харчові добавки широко використовуються в харчовій промисловості і передбачені рецептурою продуктів. На упаковці більшості імпортованих товарів стоять індекси, які означають введені харчові добавки.

Таким чином, якісною фальсифікацією є використання дозволених та недозволених добавок, непередбачених рецептурою, з метою

створення у споживача спотвореного враження щодо споживчих властивостей товару.

Різновидністю якісної фальсифікації є часткова чи повна заміна натурального продукту харчовими чи нехарчовими відходами, які Утворюються після видобування з нього найбільш цінних компонентів (наприклад, кава натуральна без кофеїну). Отже, розрізняють два різновиди якісної фальсифікації: нешкідливої для життя та здоров'я споживачів і тих, що завдають шкоди.

До якісної фальсифікації слід віднести пересортицю товарів. *Пересортиця* – це дії, спрямовані на обман покупців завдяки заміні товарів вищих гатунків нижчими. До фальсифікації відноситься лише пересортиця, обумовлена суб'єктивними причинами. У той же час зниження якості та гатунку окремих груп харчових продуктів під час зберігання не є фальсифікацією.

Засоби якісної фальсифікації – добавки або товари того ж найменування, які вказані на маркуванні, але нижчої якості.

Так, у хлібобулочних виробках якісна фальсифікація – це заміна частини борошна на низькосортне, використання відбілювачів, розрихлювачів замість дріжджів. Може бути також підвищений вміст води, недостатня кількість масла, яєць, цукру. У кондитерському виробництві у шоколадну глазур можуть вводити замість какао-масла (дорогий компонент) рослинні жири. Щоб збільшити масу глазури – додають надто багато води та цукру. У справжній глазури, що є жировим середовищем, вода не розчиняється. Тому фальсифікатори передбачливо вводять спочатку поверхнево-активні речовини – лецитин[^] фосфатидні-та інші концентрати. І завдяки цьому збільшують кількість води з 1 % до 6–9 %.

У цукор можуть додавати борошна, манної круги, солі, а то й будівельного гіпсу. Якісна фальсифікація – не рідкість у молочній промисловості, особливо при виробництві згущеного молока та морозива. У них замість молочних додають рослинні жири. Якщо на етикетці написано «вершки сухі рослинні, соєвий білок, ароматизатори, емульгатори, загущувачі...», то такий продукт важко назвати морозивом. Визначення якості молока і молочних продуктів необхідно починати із зовнішнього огляду. Насамперед слід звернути увагу на колір молока. Він має бути білий, влітку – з жовтуватим відтінком. В топленого і стерилізованого (варіант – пастеризованого) молока колір – кремовий (за рахунок утворення меланоїдних з'єднань). У пряженому і стерилізованому молоці підвищеної

жирності не повинно бути відстою вершків. При порушенні технологій і умов зберігання консистенція молока може бути пластівцевидною з утворенням рихлого білкового осаду. На поверхні пастеризованого молока не допускається наявність щільної жирової пробки. Перераховані невідповідності на вигляд свідчать про якісну фальсифікацію молока. При розбавленні водою молоко стає трохи прозорішим, з синюватим відтінком, має менш виражений смак, водянисту консистенцію, при збовтуванні воно дає мало піни. Щільність такого молока різко знижується, кислотність і жирність зменшуються. Молоко з додаванням води дає біля стінок посуду широке синювате кільце, на нігті не утворює опуклої краплі (вона розпливається). Якщо в ньому є ще й тверді домішки, такі як мука, крейда, поташ та інші, то на нігті залишається осад. Фальсифікацію молока водою можна визначити доволі простими способами. Наприклад, змішайте молоко і спирт в співвідношенні 1:2. Суміш деякий час збовтуйте і швидко вилийте в блюдце. Якщо при цьому використовуються фальшиві міри (гирі, метри, вимірвальний посуд) та прилади (ваги) без повірочного тавра та свідоцтва

До речі, щороку «рекордсменами» з обважування є кавуни. ДП «Чернігівстандартметрологія» має цілу колекцію підпиляних та нестандартних гир. Серед них – гирі, якими зважували кавуни. Їх маса – 750–800 г замість потрібного 1 кг. А найбільше обдурювала покупців «кілограмова» гиря вагою 555 г.

Кількісна фальсифікація проводиться на виробництві під час фасування товарів, розливання напоїв у пляшки, а також у торгівлі під час продажу товарів.

Вартісна фальсифікація – обман споживачів шляхом реалізації низькоякісних товарів за ціною високоякісних, або товарів менших розмірних характеристик за ціною товарів більших розмірів. Цей вид фальсифікації найбільш поширений, оскільки проводиться спільно з усіма іншими видами фальсифікації.

Існує декілька різновидностей фальсифікації: реалізація фальсифікованих товарів за цінами, що аналогічні для натурального продукту; реалізація фальсифікованих товарів за зниженими цінами, порівняно з натуральними аналогами; реалізація фальсифікованих товарів за цінами, які перевищують ціни на натуральні аналоги.

Інформаційна фальсифікація – обман споживачів за допомогою неточної чи перекрученої інформації про товар. Цей вид

фальсифікації проводиться через перекручування інформації в товаросупровідних документах, маркуванні та рекламі.

При фальсифікації інформації про товар досить часто перекручуються чи вказуються неточно такі відомості :

1.	назва товару;
2.	країна походження товару;
3.	фірма-виробник товару;
4.	товарні та фірмові знаки;
5.	пакування;
6.	товаросупровідні документи;
7.	кількість товару.

Молоко не розбавлене, то не пізніше, ніж через 5-7 секунд у рідині з'являться пластівці. Якщо ж пластівці з'являться через більший проміжок часу, то молоко розбавлене водою. І чим більше в молоці води, тим більше часу буде потрібно для утворення пластівців. Також визначити рівень розбавленості молока водою можна за допомогою ареометра методом визначення щільності рідини. Окрім цього існує ряд приладів, що дозволяють в короткі терміни визначати декілька якісних показників молока: вміст жиру, білка, СОМО, щільність, точку замерзання і відсоток доданої води. Окрім води в молоко підмішують крохмаль, крейду, мило, соду, вапно, борну або саліцилову кислоту і навіть гіпс. Все це робиться для фальсифікації молока або для запобігання швидкому скисанню. Насправді використання таких добавок не вберігає молоко від скисання. І, що найголовніше, часто приводить до харчових отруєнь. Щоб виявити у молоці присутність чужорідних домішок, треба процідити частинку молока через паперовий фільтр і додати декілька крапель кислоти» наприклад, оцтової або лимонної. Підроблене молоко, на відміну від нефальсифікованого, почне пузиритися від виділення вуглекислоти. Сметану розбавляють: кефіром, кислим молоком, крохмалем, водою, дієтичним сиром, рослинним маслом, гідрогенізовані жирами і т.п.

Відсутність жорстких вимог щодо кисломолочної продукції, відкриває простір для фантазії фальсифікаторів. Оскільки пальмові, кокосові та інші рослинні олії дуже дешеві, виробники намагаються вкласти їх у молочні продукти побільше, щоб вилучити дорогою молочний жир. Нерідко для виробництва сметани використовують суміш з молочних компонентів, рослинних жирів, стабілізаторів і інших добавок. Так само, як і молоко, сметана буває рекомбінувати,

тобто виготовленої з сухого знежиреного молока масла або вершкового масла.

У ковбасних виробках можлива заміна частини м'яса на більш дешевий шпиг і з'єднувальну тканину, додавання рослинних компонентів (соя або кукурудза). У чаї якісна фальсифікація – це підмішування низькоякісних компонентів (волокон або черешків), продаж старого низькоякісного продукту.

Кількісна фальсифікація – це обман споживача за рахунок значного відхилення параметрів товару (маса, об'єм, довжина та ін.), які перевищують граничні норми відхилення. Кількісна фальсифікація – це один з найбільш давніх способів обману споживачів. Практично цей вид фальсифікації називають недоважуванням та недомірюванням.

Застосування неточних засобів вимірювання, а також невміння користуватися вимірювальними приладами – найбільш розповсюджений спосіб кількісної фальсифікації.

Наприклад, у хлібобулочних або кондитерських виробках можуть неправильно вказати сорт борошна. Окремий вид інформаційної фальсифікації – приваблива упаковка, що імітує продукт високої якості, тоді як товар всередині далеко не вищого гатунку. Буває, фальсифікації піддаються не лише маркування та упаковка, а і супровідні документи, що засвідчують якість.

Останнім часом масштаби фальсифікації продуктів харчування сягнули неймовірних розмірів. Підробляють все, що користується попитом. Контролюючі органи не встигають вилучати всі фальсифіковані продукти з прилавків магазинів.

Ось чому покупцеві, при виборі продуктів харчування, слід бути дуже уважним і володіти правдивою (а не рекламно-брехливою) інформацією, щоб не стати жертвою несумлінних виробників. В іншому випадку можна виявитися або на кладовищі (десятки тисяч людей уже померли від неякісних продуктів), або, в кращому випадку, поплатиться своїм здоров'ям (сотні тисяч постраждалих стали постійними клієнтами лікарень). Фальсифікація продовольчих товарів робиться з корисливою метою і, як правило, завжди спрямована на отримання незаконних доходів.

Жертвами фальсифікованої продукції стають люди з різним рівнем доходу. Навіть заможні громадяни не застраховані від підробки. Найчастіше підробляють алкогольні напої, кава, майонез, масло соняшникове і вершкове.

Обман за рахунок продажу товару з дефектами, які невідомі продавцю буває дуже часто. Приміром, якщо дефект розташований усередині хліба, ковбаси, упаковки і продавець природно про них не знає. У цьому випадку вина лягати на виробника. Але, ще частіше фальсифікують продукти самі продавці. Адже їх можуть обдурити оптові посередники – привезти неякісний товар, низька якість якого продавець не помітить. У продавця не залишається іншого виходу, як знайти спосіб продати низькоякісний товар, в іншому випадку продавець буде нести збитки. Деякі продавці роблять знижки на дефектний товар, а багато хто продає його за звичайною ціною. Спосібів реалізації неякісного товару є безліч. До яких тільки способів фальсифікацій не пристосувалися винахідливі продавці.

Кожен вид фальсифікації має свої особливості підробки справжніх товарів. Іноді поєднуються 2–3 види фальсифікації. Фальсифікація водою

Доведено, що розведення харчових продуктів водою на 10–20 % рядовими споживачами не помічається.

Тільки при розведенні рідких продовольчих товарів (соки, вина, пиво і т.п.) водою більш ніж на 30% можна виявити фальсифікацію за смаком.

Знаючи про це, багато виробників спеціально розбавляють водою свою продукцію (молоко, соки, ковбасу) і одержують більше прибутку.

Складність полягає в тому, що незначне розведення продуктів водою не дозволяє виявити подібну фальсифікацію.

Ступінь безпеки спростовуваності продукту залежить також від якості використовуваної води. Якщо використовується недоброякісна вода, наприклад, за мікробіологічними показниками, то розбавлений продукт може стати не тільки фальсифікованим, але й небезпечним для здоров'я людини.

4. Приклади деяких фальсифікацій

На жаль, не рідко зустрічається фальсифікація шоколаду, яка може провадитися шляхом підміни одного виду шоколаду іншим.

У шоколадну масу вводять у великих кількостях менш цінні компоненти (сухе і згущене молоко, вершки, родзинки, розтерті горіхи, цукати, подрібнені вафлі і т. п.), тим самим знижуючи вміст більш дорогих складових (какао-масла і тертого какао). Для того щоб збільшити масу шоколаду, в нього можуть вводити підвищена

кількість цукру або води, ніж збільшують масу продукту. Так як шоколадна маса являє собою жирову середу і вода в ній не розчиняється, в масу вводять різні емульгатори. Виробники підробленого шоколаду часто використовують замість дорогого масла какао дешеві гідрожири (або гідрогенізовані жири). У складі продукту їх наявність вказується дуже рідко. Фальсифікації яєць

Здавалося б, такий натуральний продукт як яйце неможливо фальсифікувати, оскільки вона створена самою природою. Однак і тут можливі фальсифікації. Важко в це повірити, але, судячи з різними джерелами, китайські умільці навчилися створювати штучні курячі яйця, відрізнити від справжніх. Такі вироби обходяться дешевше і створюються набагато швидше.

Підробки яєць дуже схожі на справжні – мають шкаралупу, жовток і білок. Але при їх приготуванні можна відчутти запах хімікатів, а їх шкаралупа більш крихка, ніж у реальних курячих яєць.

Обман в супермаркетах. Стати жертвою обману при покупці можна не тільки в сумнівному ларьку або стихійному базарі, але і в звичайному супермаркеті.

У супермаркетах теж можуть продавати не тільки неякісні та підроблені товари, але й обраховувати покупців.

Якщо на ринках, покупці стикаються частіше лише з прямим обваженням і обрахуванням, то автоматизовані комп'ютерні системи в супермаркетах дозволяють винаходити десятки витончених способів обману. Які ж технології обману використовуються, і як уберегти свій гаманець від подібних посягань?

- Якщо у Вас багато покупок у кошику, відповідно великий чек, Вам можуть «випадково» пробити замість одного товару іншої, набагато дорожче. Якщо Ви купуєте, наприклад 5 пляшок пива, Вам можуть в чеку пробити 8-9 пляшок, адже чек не всі перевіряють. Якщо таку помилку Ви помітите тільки вдома, Вам буде дуже важко довести що-небудь адміністрації магазину. Пам'ятаєте, чим довше чек, тим більше ймовірність, що вас обдурять.

Часто на вітринах вартість товару з однією назвою, але різного виробника, ємкості і ціни. На касі, шляхом підміни штрих-коду в чеку, з Вас візьмуть велику ціну, навіть якщо Ви поклали в кошик товар з меншою ціною.

Неуважний клієнт, побіжно глянувши на чек, може відразу цього не помітити. А різниця в ціні, природно, піде в кишеню касирці. Тому,

при перегляді чека звертайте увагу не тільки на найменування товару, але і на ціну, що стоїть поруч.

Будьте особливо уважні, купуючи кілька товарів одного найменування, а в разі введення штрих-коду в касовий апарат вручну, ймовірність обрахування різко зростає.

Висновки

Людині для нормального життя необхідно постійно придбавати різні продукти, асортимент яких зараз дуже різноманітний. Орієнтуватися і правильно вибирати якісний і безпечний товар у цьому морі продукції досить складно, особливо це стосується харчових продуктів, оскільки поряд з продуктами, що відповідають всім необхідним вимогам, на ринок поступають і фальсифікати. У широкому розумінні фальсифікація може розглядатися як дії, направлені на погіршення споживчих властивостей або зменшення кількості товару при збереженні властивостей, найбільш характерних, але неістотних для його використання за призначенням. Кінцева мета таких дій – створення споживчих переваг на товари зниженої якості шляхом додавання видимості підвищених споживчих властивостей.

Якщо Ви купуєте продукти харчування на ринку, не соромтеся перевірити дії продавця. Переконайтеся, що Вам правильно зважили продукт, перерахуйте на калькуляторі правильність підрахунків продавця. Якщо продавець користується механічними вагами, переконайтеся, що перед початком зважування стрілка терезів виставлена на «0», простежте, щоб в процесі зважування стрілка терезів зупинилася і показала точну вагу товару. Намагайтеся купувати продукти харчування тільки у спеціально відведених місцях. Не ризикуйте здоров'ям, купуючи м'ясо на стихійному ринку, адже продавці економлять на санітарному контролі, в цьому випадку у Вас немає гарантії відповідності продукту необхідним санітарним нормам.

Якщо Ви звикли купувати продукти в магазині, тут Вас теж можуть очікувати підступи. Завжди уважно вивчайте етикетку на продукті. Переконайтеся, що термін придатності ще не настав, намагайтеся купувати продукти з мінімальною кількістю харчових добавок. Інформація про продукт повинна бути написана українською (російською) мовою, великим розбірливим почерком без граматичних помилок. Обов'язково зазначений виробник, його адреса, контактні телефони.

Виходячи з магазину, не викидайте чек, у разі виявлення дефектів або фальсифікацій продукту він може стати Вам у нагоді. Не соромтеся вимагати документи, що підтверджують якість продукції.

Якщо Ви виявили фальсифікацію продукту, Ви маєте повне право вимагати гроші назад.

Питання для самопідготовки

1. Номенклатура і класифікація, особливості видів оцінки та показників якості.
2. Застосування показників якості в готельно-ресторанній справі.
3. Ефективність та значення кваліметрії в ГРС, Застосування.
4. Кваліметричні методи оцінювання якості продукції та послуг.

Тема 6.

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Питання для розгляду:

1. Класифікація показників якості послуг
2. Контроль і оцінка якості послуги.
3. Сертифікація готельних послуг

Розробка ієрархічної структури комплексного показника якості кулінарної продукції, послуг харчування і готельних послуг. Методи визначення значень показників властивостей продукції та послуг (хімічні, фізичні, фізико-хімічні, мікробіологічні). Органолептичні (дегустаційні) методи визначення показників якості кулінарної продукції. Соціологічні та експертні методи визначення показників якості. Розрахункові методи. Експрес-методи, арбітражні та методи визначення фальсифікації продукції ресторанного господарства.

Оцінювання абсолютних значень показників. Використання функції бажаності Харрінгтона для оцінювання абсолютних значень показників якості. Значущість показників якості. Методи визначення коефіцієнтів вагомості показників якості. Математичні моделі об'єднання одиничних показників у комплексний показник якості. Особливості використання адитивного і мультиплікативного методу узагальнення одиничних оцінок якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.

1. Класифікація показників якості послуг:

1. показники функціонального призначення;
2. показники соціального призначення;
3. ергономічні показники;
4. естетичні показники;
5. показники безпеки;
6. екологічні показники;
7. патентно-правові показники.

Показник якості обслуговування на підприємствах визначається:

- оперативністю роботи по підборі і організації заселення клієнтів у номер;
- ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників готелю, їхній увазі до запитів кожного клієнта;

- наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування (якщо таке обслуговування присутнє);
- швидкість обслуговування будь-якого запиту чи довідкової інформації визначає ступінь задоволення кожного клієнта.

Також, показниками якості, є дотримання таких принципів у закладах гостинності:

Перше – це дотримання основних і найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу:

- максимальна відповідність надаваних послуг вимогам споживачів і характеру споживання;
- нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями;
- гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку.

Друге – створення необхідних умов для персоналу, покликаного забезпечити якісний сервіс. До них відносяться:

- ергономічність робочих місць;
- чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником;
- чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, що дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно і якісно ефективність сервісу, особливо таких слабо піддаються обліку елементів, як доброзичливість та ввічливість;
- мотивація персоналу, його щира зацікавленість в процвітанні всього підприємства, бажання й уміння робити всю роботу максимально ефективно, настрій на самовдосконалення;
- система підвищення кваліфікації персоналу.

Третє – оптимізація організаційної структури управління готельного підприємства.

Четверте – всебічний, повний, об'єктивний і безперервний контроль за якістю сервісу, що передбачає:

- участь гостя в оцінці якості та контролі за ним;
- створення методик і критеріїв, що дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ;
- застосування чітко сформульованих кількісних критеріїв оцінки якості наданих послуг;
- участь персоналу в створенні систем і критеріїв якості;

- створення служб контролю, куди б входили представники різних служб: дирекції, фінансового відділу, кадрової служби, керівники або співробітники всіх функціональних служб.

При створенні системи контролю необхідно також дотримувати принципу безперервності. Система контролю за якістю сервісу повинна забезпечувати в буквальному сенсі щоденний контроль на всіх етапах технологічного циклу і по всіх параметрах. Крім того, функція контролю, повинна безпосередньо забезпечувати гнучкість і коригування всіх інших дій по забезпеченню якості послуг.

Таким чином, можна виділити два основні критерії системи якості:

1. вона повинна забезпечувати високий рівень якості, його відповідність стандартам і потребам туриста;
2. служити інструментом для створення спеціальних технологій щодо раціонального управління підприємством.

2. Контроль і оцінка якості послуги

Контроль якості послуги – сукупність операцій, що включає проведення вимірювань, випробувань, оцінки однієї або декількох характеристик послуги та порівняння отриманих результатів з встановленими вимогами.

Система якості. Система якості – сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів і ресурсів, що забезпечує здійснення загального керівництва якістю. У системі якості виділяються три напрями:

- забезпечення якості;
- поліпшення якості;
- управління якістю.

Оцінка якості туристського обслуговування.

Проблема забезпечення якості продукції носить в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато чого в розвитку будь-якої галузі. Однак показники якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної продукції, специфічні для кожної галузі, в тому числі і для сфери туризму.

На даний момент поняття якості як категорії унормована і визначається стандартами.

Стандарт – нормативний документ, розроблений на основі угоди більшості зацікавлених сторін і прийнятий визнаним органом або затверджений підприємством, в якому встановлені для загального і

багаторазового використання правила, загальні принципи, характеристики, вимоги та методи, що стосуються певних об'єктів стандартизації, і який спрямований на досягнення оптимальної ступеня упорядкування в певній галузі.

У відповідності з визначенням Міжнародної організації по стандартизації (ISO) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби.

Закон визначає стандартизацію як діяльність по встановленню норм, правил і характеристик (вимог) з метою забезпечення:

- безпеки продукції, робіт, послуг для навколишнього середовища, життя, здоров'я і майна;
- якості продукції, робіт, послуг відповідно до рівня розвитку науки, техніки і технології;
- єдності вимірювань;
- економії всіх видів ресурсів.

Об'єкт стандартизації – продукція, послуги і процеси, які неодноразово відтворюються і / або використовуються. Саме стандарт, по суті, визначає умови і методи, що забезпечують показники якості.

Основним завданням готельного підприємства є якісне надання послуг розміщення. Це вимагає виконання всіх специфічних вимог, що диктуються потребами ринку і безпекою послуг. Необхідно враховувати особливості обслуговування, що входять до поняття гостинності.

Стратегія обслуговування зачіпає три головні компоненти будь-якого підприємництва у сфері туризму:

- Потреби клієнтів – Які потреби і витрати споживачів ми обслуговуємо?
- Здатність компанії задовольнити ці потреби – Чи володіємо ми достатніми знаннями і досвідом, щоб обслуговувати краще, ніж хто-небудь?
- Довгострокова прибуток – Як ми повинні обслуговувати, щоб мати дохід, дозволяє нам тривалий час бути конкурентоспроможними і отримувати достатній прибуток на вкладений капітал?

Стратегія обслуговування – це генеральний план дій, що визначає пріоритети стратегічних цілей в обслуговуванні, досягнення яких

служить формуванню позитивного іміджу туристичної фірми, постійної клієнтури і стійкої фінансової позиції на ринку.

3. Сертифікація готельних послуг

Великий і різносторонній попит на туристичні послуги в усьому світі робить необхідним взаємне визнання результатів діяльності різних підприємств сфери туризму. Найвищий рівень такого визнання – сертифікація, яка гарантує, що послуга (продукт) відповідає певним вимогам і має відповідну якість.

Сертифікація – сукупність дій і процедур, проведених з метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідають певним стандартам чи технічним умовам.

В Україні розрізняють обов'язкову й добровільну сертифікації. Обов'язкова сертифікація здійснюється уповноваженими на це органами сертифікації, охоплює перевірку й випробування продукції з метою визначення її характеристик (показників) та подальший державний нагляд за сертифікованими виробами.

Добровільна сертифікація може проводитись з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими.

У відповідності зі статтею 15 Закону про туризм, готельні послуги та послуги харчування, які надаються суб'єктами туристичної діяльності, підлягають обов'язковій сертифікації на їх відповідність вимогам нормативних документів та відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000.

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг та Правила обов'язкової сертифікації послуг по харчуванню затверджені наказом Держкомстандарту України від 27.01.99 р. № 37. Держстандарт України визначив термін введення обов'язкової сертифікації вказаних послуг – з 01.10.99 р.

Сертифікація готельних послуг. Суб'єкти сертифікації – суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні послуги.

Об'єкти сертифікації – готельні послуги, які надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, оздоровчі заклади, будинки відпочинку, місця для короточасного проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг. Перелік готельних послуг, які підлягають обов'язковій сертифікації:

- послуги готелів з ресторанами;

- послуги готелів без ресторанів;
- інші місця для короткочасного проживання, в тому числі:
- послуги молодіжних турбаз і гірських притулків;
- послуги кемпінгів, в т.ч. площадки для автофургонів;
- послуги дитячих і студентських літніх таборів;
- послуги центрів і будинків відпочинку;
- послуги курортних закладів оздоровчого характеру;
- послуги по наданню спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних засобах.

Обов'язкову сертифікацію готельних послуг здійснюють органи сертифікації, акредитовані в Системі сертифікації УкрСЕПРО.

У відповідності зі статтею 15 Закону про туризм, готельні послуги та послуги харчування, які надаються суб'єктами туристичної діяльності, підлягають обов'язковій сертифікації на їх відповідність вимогам нормативних документів та відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000.

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг та Правила обов'язкової сертифікації послуг по харчуванню затверджені наказом Держкомстандарту України від 27.01.99 р. № 37. Держстандарт України визначив термін введення обов'язкової сертифікації вказаних послуг – з 01.10.99 р.

Сертифікація готельних послуг. Суб'єкти сертифікації – суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні послуги.

Об'єкти сертифікації – готельні послуги, які надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, оздоровчі заклади, будинки відпочинку, місця для короткочасного проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг.

Перелік готельних послуг, які підлягають обов'язковій сертифікації:

- послуги готелів з ресторанами;
- послуги готелів без ресторанів;
- інші місця для короткочасного проживання, в тому числі:
- послуги молодіжних турбаз і гірських притулків;
- послуги кемпінгів, в т.ч. площадки для автофургонів;
- послуги дитячих і студентських літніх таборів;
- послуги центрів і будинків відпочинку;

- послуги курортних закладів оздоровчого характеру;
- послуги по наданню спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних засобах.

Обов'язкову сертифікацію готельних послуг здійснюють органи сертифікації, акредитовані в Системі сертифікації УкрСЕПРО.

Порядок проведення сертифікації передбачає:

1. подачу заяви на сертифікацію готельних послуг;
2. розгляд і прийняття рішення по заяві та визначення схеми сертифікації протягом місяця з дня отримання заяви;
3. проведення перевірок з метою обов'язкової сертифікації;
4. аналіз отриманих результатів і прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності і підписання ліцензійної угоди;
5. реєстрацію сертифікату відповідності;
6. технічний нагляд за наданням обов'язкових сертифікованих послуг сертифікованою системою якості надання послуг;

Термін дії сертифіката відповідності залежить від встановленої заявнику схеми сертифікації і може складати 1 рік, 3 роки, 5 років.

Не пізніше ніж за три місяці до закінчення строку дії сертифіката заявник подає нову заявку для отримання сертифіката на наступний період.

Отже, підводячи підсумки роботи можна зробити наступний висновок: одним з основних способів, за допомогою якого заклади гостинності, готельні ланцюги, а також звичайні підприємства, що пропонують послуги можуть виокремити себе з-поміж інших, – надання споживачам послуг більш високої якості, ніж у конкурентів. Багато компаній зрозуміли, що чудову якість обслуговування може забезпечити їм значну конкурентну перевагу, результатом якого стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку. Деякі компанії, через надаваного ними найвищої якості послуг стали вже легендарними.

Ключовою особливістю в цьому відношенні є надання споживачам послуг, якість яких перевищує їх очікування

Питання для самопідготовки

1. В чому полягає суть ієрархічної структури комплексного показника якості.

2. Методи визначення значень показників властивостей продукції та послуг (хімічні, фізичні, фізико-хімічні, мікробіологічні).
3. Оцінювання абсолютних значень показників.

Тема 7. ВИМОГИ ДО ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Питання для розгляду:

1. Якість надання послуг в ГРС
2. Показники якості надання послуг на підприємстві
3. Етапи визначення якості ГРС
4. Кваліфікація персоналу

Якість, після ціни, є другим основним інструментом, який формує структуру пропозиції на ринку. Вона є ключовим чинником, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних продуктів унаслідок постійного підвищення її рівня. Це зумовлено необхідністю пристосування пропозиції до потреб туристів. Під рівнем якості, з огляду на безупинну диверсифікацію людських потреб, розуміють (як споживачі, так і виробники) один із найважливіших ефектів усіх видів діяльності, особливо у сфері послуг.

Насиченість ринків різноманітною продукцією і послугами сприяла тому, що споживач одержав можливість вибору. Якщо раніше він лише прагнув якості, то нині він її вимагає. У результаті забезпечення високої якості продукції перетворилося на магістральний напрям соціально-економічного розвитку більшості країн світу, в тому числі й для України.

1. Якість надання послуг

Якість як міждисциплінарну категорію досліджує багато наукових дисциплін, тому її визначення мають різноманітний характер. Поняття якості використовується не лише в науці, а й у повсякденному житті. У *філософському значенні* під якістю розуміють ступінь досконалості чогось або сукупність властивостей різноманітних предметів. Цих властивостей може бути так багато, що практично дуже важко їх усіх врахувати в описі аналізованого об'єкта, тому в даному випадку якість розглядають як умовне поняття.

В *економічному контексті* якість трактують як одну з економічних категорій і аналізують разом з іншими категоріями, як от споживча вартість і корисність. Це вихідні категорії для визначення поняття якості, які виражають ступінь задоволення потреб певним

матеріальним продуктом або послугою в об'єктивний або суб'єктивний спосіб.

Якщо взяти до уваги маркетингові критерії розгляду поняття якості, необхідно звернути увагу на такі визначення: якість – це сукупність ознак, цінностей, споживчих й емоційних властивостей, які надають їй здатності задовольняти потреби споживачів. Важливо тут наголосити на необхідності контролю й усунення розбіжностей між очікуваною клієнтами та пропонованою якістю.

У визначенні особливостей туристичного продукту А. Дурович характеризує якість як невід'ємну частину його створення. Згідно з його тлумаченням, по-перше, не може бути досягнута висока якість туристичних послуг за наявності навіть щонайменших недоліків, оскільки обслуговування туристів складається з дрібниць і незначних деталей. По-друге, оцінка якості туристичних послуг вирізняється суб'єктивністю: суттєвий вплив на оцінку споживача чинять особи, що не мають безпосереднього відношення до пакета придбаних послуг (наприклад, місцеві жителі, члени туристичної групи). По-третє, на якості туристичних послуг позначаються зовнішні фактори, що мають форс-мажорний характер (природні умови, погода, політика у сфері туризму, міжнародні події тощо).

На виробничих підприємствах під поняттям якості розуміють відповідність продукту встановленим критеріям. *Визначення якості з погляду менеджменту* має враховувати, окрім спеціальних вимог клієнта, складні для вимірювання відчуття споживача, які впливають на прийняття рішення щодо купівлі певного товару чи послуги. Отже, мірилом якості є ступінь виконання реальних вимог клієнта (або очікування їх виконання), який виявляється актом купівлі.

2. Показники якості надання послуг на підприємстві

Визначення якісного рівня туристичного підприємства є складним і неоднозначним завданням з огляду на особливості туристичного продукту, який вирізняється:

комплексністю комплементарних послуг (наприклад, розміщення, харчових, транспортних, страхових, екскурсійних послуг тощо);

не матеріальним характером (відсутність відчуття, форми, кольору, можливості транспортування);

нерозривністю виробництва й споживання (присутність споживача під час надання послуги);

тісним зв'язком послуги з її виконавцем (суспільне значення в економіці продукту – розуміння потреб, гостинність, відчуття безпеки);

суб'єктивністю оцінки продукту (складність об'єктивізації); ~ сезонністю потреб туристичних послуг;

часовою різницею між купівлею і споживанням;

впливами зовнішніх чинників (політичних, суспільних, економічних тощо).

Вимір якості послуги у багатьох випадках є найбільшою проблемою, яка постає перед підприємствами з надання якісних послуг.

Складність поняття якості туристичного продукту обґрунтовує потребу аналізу багатьох складових елементів, які впливають на якість. Їх вибір становить суттєву проблему в дослідженні та оцінці якості. Визначення кількості змінних, які описують якість туристичного продукту, вимагає досліджень стосовно:

- сподівань туристів щодо продукту;
- підходу до проблематики якості послуг суб'єктів їх надання;
- знань, які у цій сфері надають експерти зі сфери туризму, маркетингу, теорії якості, психології тощо.

Усвідомлення того, що зумовлює якість, є вихідним пунктом реалізації процесу її поліпшення. З огляду на те, що виробники і споживачі послуг по-різному сприймають якість, першим кроком на шляху її покращання має бути визначення її основних детермінант. Оцінку якості можна здійснити лише у контексті конкретних потреб. Окрім об'єктивної сторони (тривалість, надійність, безпека тощо), якість має ознаки, які впливають на психологію покупця (відповідність покупки моді, звичаям чи особистим сподіванням)¹. *Потреби* – це вимоги, що висловлює клієнт виробникові чи посередникові, який надає послуги. Натомість *сподівання* є вимогами, яких клієнт не висловлює продавцеві, оскільки вони для нього зрозумілі або він лише здогадується про їх існування.

Оцінка якості пов'язується з порівнянням. У випадку оцінювання відповідності пропонованого до очікуваного продукту порівняння стосується ознак певного продукту і ознак взірця чи ідеалу. Про якість продукту засвідчує якість усіх наданих послуг, які входять до його складу. Незадовільна якість однієї з послуг зумовлює низьку оцінку продукту загалом. До основних параметрів оцінки якості та споживчої цінності туристичних послуг належать показники, що визначають

технічну, функціональну та етичну цінність окремих видів послуг і комплексного туристичного продукту та показники їхньої суспільно необхідної вартості. Основними *показниками технічної якості* є:

- патентно-правові (наявність ліцензії, інших документів);
- безпечність (окремих послуг);
- відповідність умов обслуговування санітарним вимогам;
- відповідність категорій засобів розміщення рівню комфортності обслуговування.

Основними *показниками функціональної якості* можуть бути:

- ступінь досягнення мети подорожі, культура обслуговування у засобах розміщення;
- психологічна атмосфера туру, взаємовідносини з обслуговуючим персоналом та учасниками туру;
- якість харчування та культура ресторанного обслуговування;
- фахова презентація екскурсійної програми, ставлення місцевого населення;
- зручність та швидкість транспортного обслуговування на маршруті.

До *показників етичної якості* відносять:

- громадську думку;
- думку конкретних споживачів послуг (реальних та потенційних) щодо можливості досягнення мети подорожі та якості туристичного обслуговування. Розуміння поняття якості як сукупності чинників, що її описують, є вихідним пунктом до визначення сфери ознак, які можуть характеризувати рівень якості туристичних послуг. Однак це будуть ознаки, які мають здатність заспокоювати констатовані потреби споживачів, одночасно пов'язаних із формуванням споживчої вартості певної туристичної послуги.

3. Етапи визначення рівня якості

Визначення рівня якості відбувається в три етапи:

1. вступний етап, який стосується з'ясування: –споживчих ознак послуги, які формують її споживчу вартість;

2. розряду рівня вимог, які висувають до послуг окремі групи споживачів, та можливості використання розрядів (залежно від окремих якісних показників);
3. оцінювання раціональності послуги; порівняння рівня якості послуг із можливими заміниками вищого або нижчого рівня.

Вимірювання якості послуги у багатьох випадках є найбільшою проблемою для туристичних підприємств. До основних способів належать вимірювання¹:

- часу виконання послуги;
- часу реалізації процесів;
- часу очікування на послуги;
- реєстрації кількості претензій;
- спостереження за зміною економічних показників.

Інструментами вимірювання якості туристичних послуг є:

- стандарти;
- технічні та товарні норми;
- гарантії гарантійні витрати;
- культура обслуговування;
- забезпечення прав споживача;
- вирішення спорів.

Цей підхід показує загальну проблематику, яка стосується якості туристичних послуг. Проблема якості в туризмі, як уже зазначалося, необхідно аналізувати стосовно ознак власне туристичної послуги та якості обслуговування клієнта. Сподівання клієнта щодо якості послуг залежать від:

- індивідуальних потреб особистості;
- попереднього досвіду клієнта;
- обміну досвідом між клієнтами;
- зовнішньої комунікації (оголошення, реклама, участь у туристичних заходах);
- формування іміджу фірми.

Найважливішими параметрами вимірювання якості туристичних послуг вважаємо також швидкість реалізації й безпеку послуг (технічну, організаційну, фінансову) та цінову доступність.

Підприємства з надання послуг стосовно туристичних продуктів мають використовувати такі ознаки якості, які турист зможе розпізнати та оцінити, а саме:

- відповідність – реалізація такої послуги, яку пропонують туристу (згідно з програмою і термінами) і будь-які відхилення від якої вимагають погодження з туристом;
- професіоналізм – ввічливість, комунікативність, уміння і досвід з надання послуг;
- враження і відчуття, які пов’язані зі стандартом оснащення об’єкта й естетикою місця перебування, у тому числі околиці;
- відповідальність – швидке реагування на відхилення й помилки, комплексне обслуговування від моменту укладення угоди завдяки контролю її реалізації та можливих претензій;
- орієнтація на клієнта – індивідуальний підхід до туриста і його потреб, бажання надати будь-яку допомогу.

Забезпечення відповідного рівня якості туристичної послуги вимагає узагальнення бажань клієнтів і їх реалізації й порівняння реального стану задоволення потреб клієнта та стану, на який він очікує. До оцінюваних критеріїв якості обслуговування клієнта належать¹:

- доступність послуг (у часі й просторі);
- повна відповідність уявленням клієнта;
- успішна реалізація мети послуги;
- безпечність виконання послуги;
- тривалість ефекту послуги; швидкість реалізації;
- мінімізація фінансової участі клієнта; культурний рівень обслуговування. Вибрані критерії оцінки якості на прикладі інформаційних, засобів розміщення та туристичного супроводу подано у табл. 1.

Таблиця 1.

Основні критерії оцінки якості туристичних послуг

Група критеріїв	Характеристика критеріїв
Матеріальна інфраструктура (зручність та естетика оточення)	Оснащення об’єкта, туристичного автобуса тощо Розташування
Надійність послуг	Чесність посередника послуг Достовірність інформації Точність (ретельність) інформації Терміни пропозиції послуг 1 Повторюваність ознак послуг (у кожному випадку їх надання)

Відповідальність надавача послуг та готовність їх надавати	Швидкість надання послуг Час й відповідне реагування на бажання клієнтів Ефективність виконання бажань Уміння догоджати клієнтам Тактовність та збереження таємниць
Вірогідність і безпека послуги	Фаховість надання послуги Компетентність виробника послуг Відповідальність виробника послуг Увічливість і гречність Безпека клієнта Довіра до підприємства, яке надає послуги (чесність)
Знання потреб клієнта	Уміння ідентифікувати потреби й сподівання клієнтів Невимушене встановлення зв'язків через надавачів послуг Розуміння проблем клієнтів

Окрім критеріїв оцінки якості послуг, якими керуються клієнти, потрібно зазначити критерії й показники, які має використовувати туристичне підприємство. Подані нижче чинники не відрізняються від тих, якими віддавна послуговуються у сфері матеріального виробництва. До них належать:

- кількість скарг і пропозицій;
- лояльність клієнтів;
- термін реалізації послуг;
- витрати якості;
- типові економічні показники (обороти, прибутки тощо), які опосередковано відображають рівень якості послуг (у тому числі ступінь задоволеності клієнта).

Для оцінки якості туристичних послуг можна також використовувати так звані витрати низької якості. Наприклад, у випадку інформаційних послуг це можуть бути:

– витрати запізні лої реалізації заходів – наприклад, відсутність відповіді на багаторазові запитання клієнта, надто пізнє надання замовленого каталогу, відсутність негайної реакції на претензії;

– витрати неузгодженості – пропонує послуга не відповідає сподіванням клієнта, попри те, що він намагався чітко її сформулювати;

– витрати втрачених можливостей – пов'язані з витратами пізнішої реалізації, наприклад, втрата замовлення, спричинена зволіканням з відповідями на запитання клієнта;

– витрати переоцінених сподівань – відбуваються, якщо, згідно з неперевіреною або неправильно опрацьованою інформацією, приймається рішення про вдосконалення продукту, без дослідження зацікавленості цим заходом з боку клієнтів.

4. Кваліфікація персоналу

Найвагомішим визначником якості обслуговування туристичного руху є кваліфікація осіб, які займаються наданням послуг й безпосередньо обслуговують клієнтів.

Дослідження культури обслуговування клієнта є проблемою, яку на практиці визначають за допомогою спеціальних методів маркетингових досліджень (дослідження думок споживачів) – **SMART**. Цей метод дає змогу детально визначити та оцінити рівень важливості якісних ознак, які пов'язані з обслуговуванням клієнтів. Використання методу ґрунтується на анкетному опитуванні клієнтів, які надають відповіді на такі запитання:

- Які ознаки наданих послуг клієнт вважає суттєвими?
- Якою мірою клієнт виказує задоволення з наданих послуг?
- Які ознаки послуг є більш, а які менш важливими?
- Яка думка клієнта про послуги, що надаються ринковими суб'єктами?

На основі проведених досліджень можна визначити основні ознаки, які пов'язані з наданням послуг, під час безпосередніх інтерв'ю, а також під час дискусій у так званих групах споживачів. Ознаками якості обслуговування клієнтів суб'єкта надання послуг (туристична агенція, центр туристичної інформації) можна вважати: час очікування на послугу, час обслуговування, кількість робочих місць, ввічливість персоналу, надання інформації персоналом, кваліфікацію персоналу, легкість досягання місця тимчасового перебування, естетику місця відпочинку, можливість безпосереднього контакту з персоналом, різноманітність асортименту, листівки й рекламні матеріали, зручний час роботи, організацію роботи, зовнішній вигляд персоналу, декорації. На основі зауважень і побажань клієнтів (туристів) можна покращувати рівень надання послуг й обслуговування клієнтів завдяки ідентифікації ознак.

Ефективне й послідовне застосування управління якістю туристичних послуг створює істотно нові можливості щодо:

- покращання надання послуг та задоволення клієнта;
- збільшення продуктивності та зменшення витрат;
- підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг.

Отже, визначення якості туристичних послуг полягає у проведенні аналізу багатьох аспектів взаємопов'язаних елементів туристичного продукту. Ступінь відчутого задоволення залежить, з одного боку, від

властивостей ознак придбаної послуги, а з іншого – від сподівань клієнтів. Необхідно намагатися, аби різниця між очікуваною та отриманою послугою була щонайменшою. У процесі дослідження якості варто враховувати пізнання потреб і вимог, а також пропозиції й думки клієнтів. Лише за таких умов можна говорити про ознаки створеного продукту виробником послуг та про ідентифікатори якості, які сприймає клієнт. Ознаки продукту можуть формуватися перед, під час і після процесу надання, що дає можливість керувати цим процесом. Ідентифікатори якості зумовлюють оцінку цього продукту клієнтом у процесі надання або після його завершення. Це означає, що чим точніше описати процес надання послуги, тим більшою буде вірогідність формування й упорядкування передумов забезпечення їх високої якості. Отже, продавець послуг зможе задовольнити потреби відповідно до сподівань клієнта, котрий, своєю чергою, досягне певної користі через задоволення.

Тема 8.

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Питання для розгляду:

1. Визначення вагомості показників у структурі комплексного показника якості.
2. Історія виникнення оцінки якості
3. Що таке кваліметрія
4. Сфера застосування кваліметрії

1. Якість. Кваліметрія. Вимірювання і кількісне оцінювання в кваліметрії

В даний час найважливіші економічні категорії, як ефективність виробництва, продуктивність суспільної праці, ціна, рентабельність, прибуток у все більшому ступеню зв'язуються з показником якості продукції, що випускається. Якість стає не просто об'єктом вивчення і розгляду, але і об'єктом планування і управління в державному масштабі, а це означає, що воно стає також об'єктом вимірювання і оцінки.

Виявити смислове поняття якості важливо у зв'язку з настійною потребою вирішити цілий ряд найважливіших практичних проблем вітчизняної економіки, так або інакше зв'язаних з урахуванням якості продукції.

До цих проблем перш за все належать:

- вимірювання продуктивності суспільної праці;
- визначення ефективності капітальних вкладень і нової техніки;
- оцінка результатів виробничої і господарської діяльності підприємства;
- теорія і практика ціноутворення.

Методи вирішення цих проблем в значній мірі залежать від того змісту, який вкладається в поняття якість продукції.

Історично склалося так, що термін якість, у відмінно від більшості інших термінів, розвивався в рамках двох окремих областей: по-перше, якість була і залишається однією з найважливіших категорій філософії; по-друге, якість все більше стає не менш важливим поняттям н терміном практично в будь-якій галузі сучасного матеріального виробництва, тобто в сучасній економіці.

Якість спочатку розглядалася як якась одне – головне, домінуюча властивість, що найяскравіше характеризує предмет або явище. При цьому решта всіх властивостей предмету або процесу як менш важливі не приймалися до уваги. Не дивлячись на те, що таке розуміння якості зародилося дуже давно, на ранній стадії виготовлення продуктів праці, але і зараз, при порівняно більшому ступені розвитку матеріального виробництва, в деяких випадках для полегшення завдання умовно абстрагуються від ряду властивостей того або іншого предмету або процесу і, кажучи про їх якість, мають на увазі тільки головна властивість.

Наприклад, і сьогодні під якістю бетону іноді мається на увазі тільки одне, але найголовніше зі всіх його властивостей – міцність на стиснення в 28- денному віці, тобто так звана « кубова міцність» або марка бетону.

У шинному виробництві під якістю шини нерідко умовно розуміють тільки одне її властивість – прохідність, в хімічній промисловості при виробництві полістиролу – його відносною в'язкістю.

Отже, недоліки такого вузького, обмеженого розуміння терміну якість продукції абсолютно ясні. Та все ж в якихось окремих випадках таке розуміння, ймовірно, правомірно.

Як відомо, будь-який предмет володіє практично нескінченною кількістю властивостей, складових в цілому його якість. Але з цієї нескінченної кількості для характеристики якості продукції необхідно виділити лише ті властивості, які в даний момент представляють інтерес з погляду задоволення особистих або суспільних потреб. Саме тому поняттям якість продукції завжди пов'язана із ступенем задоволення якихось потреб індивідуума або суспільства.

У міру поглиблення пізнання якості стала виникати необхідність якось це якість враховувати, зіставляти з потребами, вимірювати ступінь відповідності їм.

У зв'язку з цим почали пов'язувати властивості предметів з характером потреб і ототожнювати ці зв'язки з показниками, вказаними в технічній документації (кресленнях, стандартах і технічних умовах). Виникли поняття – брак, дефект, тобто відхилення одного з показників якості продукції від вимог, вказаних в кресленнях, технічних умовах або стандартах. Але подібне розуміння характеризує скоріше не якість продукції як такий, а кочення роботи по її виготовленню.

Надалі в поняття якість стали поступово включатися функціональні показники, які не зафіксовані в кресленнях, технічних умовах або стандартах, але, проте, характеризують якість. До них відносяться показники надійності, довговічності, естетичності н ін. Нарешті, в поняття якість стали включати і інші технічні показники, що характеризують споживну вартість виробу, – функціональність, зручність, технологічність н т.д.

Разом з тим, старе розуміння якості продукції, як ступеню відповідності кресленням, технічним умовам і стандартам, стало обмежуватися рамками контролю якості на виробництві – в цехах, на окремих робочих операціях, у відділах технічного контролю підприємств, в інспекціях за якістю.

Таким чином, до сьогодняшнього часу виділилися три напрями в трактуванні поняття і терміну «якість продукції»; перша, умовно ототожнююча якість з якимось одним, головною властивістю продукції; друге, таке, що розглядає якість тільки з погляду відповідності кресленням, технічним умовам і

стандартам (і, як вже наголошувалося, що фактично характеризує не якість продукції, а якість роботи); третє, нове, таке, що вивчає якість з погляду комплексу окремих складових це якість корисних властивостей.

Логічним завершенням цього підходу до трактування поняття якість продукції, що стає все більш комплексним, є пропозиції розглядати якість продукції, по-перше, всіх тих потреб, які продукцією з цією якістю задовольняються, а, в других, – з погляду всіх витрат, які несе суспільство на виробництво і споживання цієї продукції. У найбільш послідовній і концентрованій формі ця точка зору вилилася в твердження, що «якість продукції обумовлена двома сторонами товарів – вартістю і споживною вартістю...» .

Таким чином, для якості у виробничо-технічному сенсі можна виділити три різні поняття, що відрізняються один від одного повнотою обліку окремих властивостей виробу:

- якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення;
- одиничний показник якості продукції – показник якості продукції, що відноситься тільки до однієї з її властивостей;

- комплексний показник якості продукції – показник якості продукції, що відноситься до декількох її властивостей;
- інтегральний показник якості продукції – комплексний показник якості продукції, що відображає співвідношення сумарного корисного ефекту від експлуатації або споживання продукції і сумарних, витрат на її створення і експлуатацію або споживання.
- головна (одинична) якість – якість, що ототожнюється з якимсь що одним визначає, домінуючою властивістю, що характеризує споживну вартість даного продукту праці, при умовному абстрагуванні від всіх інших його властивостей. Вибір такої властивості повинен бути обумовлений і підкріплений достатньо тривалою і стійкою практикою його застосування саме як синоніма якості цього продукту праці. Наприклад, по відношенню до бетону головною якістю може бути міцність; для ручного годинника – середній добовий хід (точність);
- інтегральна якість – якість, визначувана сукупністю всіх функціональних, естетичних і економічних властивостей, тобто виражає сукупність споживчої вартості і сумарних витрат на виробництво і споживання цього продукту праці.

Дослідження якості продукції із застосуванням трьох різних понять (одинична якість, якість, інтегральна якість) добре узгоджуються з трьома напрямками в трактуванні понять і термінів «якість продукції». Таким чином, методологічний принцип ділення на три види якості відповідає історичному процесу розвитку цього поняття.

Можна прослідкувати чітку залежність: перше, з історичної точки зору, напрям трактування поняття якість, що ототожнює його з одним якоюсь головною властивістю, – це головна (одинична) якість.

Другий напрям, що розглядає якість з погляду відповідності продукції кресленням, стандартам, технічним умовам і, тим самим, що побічно визначає споживну вартість продукції, – це якість.

Третьюму напрямку, що враховує всі властивості продукту праці, відповідає інтегральна якість.

Введення принципу розгляду і аналізу поняття якість за допомогою трьох різних понять не протирічить і філософському і лінгвістичному його значенням.

Поняття головна (одинична) якість і якість, характеризуючи продукт праці тільки з погляду його споживної вартості,

використовуються конструкторами, виробничниками і товаровзнавцями. Інтегральна ж якість, що враховує як споживну вартість, так і вартість продукту праці, використовується також і в економічній сфері.

Яка ж якість вимірюється і кількісно оцінюється в кваліметрії? Відповідь може бути така: у кваліметрії вимірюються і оцінюються всі три види якості. Проте оскільки оцінку головної якості можна трактувати як окремий випадок оцінки якості, взагалі, а оцінка інтегральної якості в основному базується на результатах оцінки якості, то в подальшому викладі головним предметом розгляду буде поняття якості.

2. Чому з'явилися оцінки якості?

Завдання підвищення якості продукції в даний час стало одним з головних як в нашій країні, так і за кордоном. Значущість цього завдання в найближчому майбутньому, без сумніву, ще більше зросте, що пояснюється поряд причин, витікаючих з рівня продуктивних сил, стану і перспектив розвитку економіки.

Але для того, щоб поліпшити якість, потрібно, перш за все, уміти його кількісно визначати, оскільки застосування чисельних методів – одна з

найважливіших передумов правильності схвалюваних рішень, що управляють.

Оцінка якості – перший і основний етап системи управління якістю. Для вирішення питань організації і впровадження державної системи управління якістю, що включає питання планування, прогнозування, оптимізації та інші, необхідно розробити об'єктивні методи оцінки якості. Причому в першу чергу – методи комплексної оцінки, потреба в яких стає все більш настійною. Викликана вона цілим поряд серйозних причин і головним чином необхідністю оцінки продукції до надходження її в сферу розподілу.

Труднощі реалізації багатьох видів продукції пов'язані з невмінням правильно оцінювати її якість на різних стадіях: технічного завдання, робочого проекту, дослідного зразка і, нарешті, серійної продукції. Це приводять до уповільнення її реалізації, а іноді н до неможливості продажу, що приносить народному господарству величезні збитки.

У капіталістичних країнах, борючись за ринки збуту, кожна фірма уважно стежить за успіхами конкурентів

Фірма «Жілетт», що випускає леза для гоління, вважається однією з кращих в світі. Тому зрозуміла тривога відділу з продажу, коли конкуруюча фірма почала випускати напівавтоматичний магазин лез. Відділення зажадало від конструкторського і виробничого відділів впровадження чого-небудь подібного. Але коли відділ забезпечення якості провів оцінку, то з'ясувалося, що роль новинки сумарній оцінці якості порівняно невелика і випуск її недоцільний. Проте розрахунки показали, що по деяких інших показниках виробу «Жілетт» відстають від тих, що конкурують, що значно знижує комплексну оцінку. На ці показники відділ забезпечення якості і запропонував звернути увагу.

Питання правильного ціноутворення також тісно пов'язане з умінням об'єктивно оцінювати якість продукції.

Доцільність обліку якості при призначенні ціни продукції визнає більшість економістів. Природно, що для знаходження залежності ціни від якості потрібно уміти вимірювати їх. Ціна по самій своїй суті вже має числову форму. От чому практичні потреби ціноутворення в нашій країні настійно вимагають розробки науково обґрунтованих принципів комплексної кількісної оцінки якості.

Такі оцінки стали особливо необхідні н у зв'язку з появою різних систем автоматичного проектування.

Проте найголовніше в цих системах проектування не те, що вони є автоматичними, а то, що вони видають оптимальне – саме краще з погляду вибраного критерію рішення. Критерій оптимальності, що закладається в програму роботи цих комплексів, може бути самий різний. Як правило, таке проектування ведеться на основі критерію мінімальної вартості об'єкту. Але дуже часто нас цікавлять не мінімальні витрати на продукцію, а її максимальна якість. Переналадка системи проектування на рішення цього завдання не представляє принципових труднощів. Єдино, що потрібний, – математичний вираз, що описує проєктований об'єкт як сукупність окремих його властивостей, тобто якість, що моделює його.

Загальна тенденція технічного прогресу зумовлює все більше впровадження оптимального автоматичного проектування в самі різні галузі матеріального виробництва. І одна з головних передумов для широкого їх розповсюдження – розробка методів комплексної кількісної оцінки якості найрізноманітніших продуктів праці.

Однією з найважливіших форм управління якістю продукції є її атестація. Показники продукції, що атестуються, «... повинні перевищувати показники, передбачені стандартами, що діють, і

відповідати вищим показникам якості, досягнутим в сучасній вітчизняній і зарубіжній промисловості.

Державна атестація якості продукції повинна базуватися на об'єктивних і надійних методах оцінки якості. Необхідний подальший розвиток цієї системи з тим, щоб, по-перше, атестації піддавалася б більша частина продукції, що випускалася, і, по-друге, щоб визначалася не тільки відповідність продукції світовому рівню, але і ступінь відставання від нього.

Все сказане, а також необхідність забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, розробки принципів матеріальної і моральної зацікавленості за підвищення якості, стандартизації показників якості продукції і т.д. обумовлюють потребу в кількісній оцінці якості і особливо в комплексній оцінці.

Проте в даний час оцінка якості продукції зустрічається зі все великими і великими труднощами, які носять об'єктивний характер і мають стійку тенденцію до зростання, визначувану особливостями сучасного масового промислового виробництва і розвитком товарообміну.

У минулому економічний ризик, пов'язаний з випуском нової продукції був порівняно невеликий, оскільки перебудова виробництва вимагала відносно невеликих капіталовкладень і недовгих термінів освоєння. У останні десятиліття в промислово розвинених країнах світу положення різко змінилося: випуск якіснішої продукції, як правило, пов'язаний з крупними

продукції, дозволяє перейти від загальної абстрактної моделі якості взагалі до певної моделі якості реально існуючого виду продукції.

Таким чином, в даний час формується галузь дослідницької діяльності, що має широкий практичний додаток до найрізноманітніших продуктів праці. Ця галузь має свій специфічний об'єкт досліджень (загальні принципи і методи оцінки якості), свій специфічний предмет дослідження (сукупність властивостей продуктів людської праці), свій специфічний математичний апарат, свої специфічні проблеми, що мають математичний, фізіологічний і соціологічний характер.

Відмінністю даної системи від інших наукових дисциплін була відсутність терміну, що позначає її назву.

З погляду легкості н зручності утворення нових наукових термінів, для вирішення поставленого завдання найбільш придатними представлялися старогрецька і латинська мови. Разом з тим,

враховуючи, що термін повинен позначати міжгалузеву науку, бажано, щоб він був достатньо зрозумілий широким кругом фахівців. Це означає, що при його побудові потрібно брати таке латинське і старогрецьке мовне коріння, яке було б достатньо звичне в науковому і технічному ужитку.

З урахуванням перерахованих вимог, цю область науки було запропоновано назвати «кваліметрією, від латинського кореня «квалі» (утворюючого слова *qualitas* – якість, властивість, характер, і *qualis* – який, якої якості) і старогрецького слова «метрео» – міряти, вимірювати.

Корінь «метрео» став загальноживаним в міжнародному науковому лексиконі. Що ж до кореня «квалі», то похідні від нього як в російській мові (кваліфікація, кваліфікувати і т. д.), так і в мовах більшості країн світу означають «якість». Наприклад, в англійському – *quality* («кваліті»), в іспанському – *cualidad* («квалідад»), у французькому – *qualité* («розжарює»), в італійському – *qualita* («кваліта»), в голландському – *kwaliteit* («квалітайт»), в німецькому – *qualitat* («квалітет»).

Таким чином, термін «кваліметрія» дуже зручний: він лаконічний і достатньо точно передає зміст поняття «Вимірювання якості»; складові частини його зрозумілі для людей, що говорять на різних мовах; характер терміну дозволяє легко утворювати будь-які потрібні похідні слова: наприклад, учений, дослідник, що займається кваліметрією, – кваліметролог, підхід до вивчення якогось предмету з погляду вимірювання його, якості – кваліметричний підхід і т.д. Окрім цього, термін входить складовою частиною в логічно зв'язану систему понять і термінів – наприклад, наука про якість – кваліномія; суміжна з нею дисципліна, що займається вимірюванням і оцінкою якості, -

кваліметрія. (Тут існує аналогія з деякими іншими науками: економіка – економетрія; біологія – біометрія; психологія – психометрія).

У кваліметрії уживаються два терміни – вимірювання і оцінка. Якщо в метрології вимірювання розглядається як окремий випадок оцінок, то в кваліметрії вони характеризують два не супідрядні поняття. Під кількісною оцінкою в кваліметрії розуміється деяка функція відношення (виражена найчастіше у відсотках) показника якості даної продукції до показника якості продукції, прийнятої за еталон.

Розглянемо простий приклад, що характеризує відмінність між вимірюванням і оцінкою. Контрольний зразок бетону при випробуванні показав міцність на стиснення – 250 кг/см. В даному випадку число 250 – це результат вимірювання якості, тобто показник якості. Але, щоб оцінити якість бетону або, інакше кажучи, отримати уявлення – хороший бетон або поганий, потрібно показник якості порівняти з базовим. Припустимо, проектна міцність бетону повинна дорівнювати 300 кг/ см I. Тоді оцінка буде рівна $250/300 = 0,83$. Якщо проектна міцність повинна дорівнювати тільки 200 кг/ см I, оцінка якості буде значно вища: $250/200 = 1,25$.

Таким чином, прийнявши, що вимірювання є визначення величини мірою, можна сказати, що і 0,83 і 1,25 – результати вимірювання значення з використанням різних заходів (300 – в першому випадку і 200 – в другому). Проте подібне тлумачення внесе плутанину, оскільки під вимірюванням розумітиметься як кількісний вираз показника якості в масштабі якоїсь фізичної шкали, так і результати порівняння цих значень. Тому для зручності термін вимірювання бажано трактувати, як це зроблено в проекті державного стандарту «Метрологія. Терміни і визначення»: «Вимірювання – знаходження значення фізичної величини досвідченим шляхом за допомогою спеціальних технічних засобів».

Якими ж оцінками оперує кваліметрія? Особливо серйозну роль грають комплексні оцінки, тобто оцінки показників якості продукції, що відносяться до сукупності її властивостей. Ймовірно, важливість комплексних оцінок і та увага, яку приділяють їм дослідники, привели до розповсюдження думки, що кваліметрія оперує тільки комплексними безрозмірними оцінками, отриманими в результаті обчислення тим або іншим способом. Це, безумовно, звужує межі кваліметрії, оскільки виключає з сфери кваліметрії диференціальні методи оцінки якості (тобто оцінки окремих, одиничних показників властивостей якості). Тим часом, саму назву кваліметрія показує, що її апаратом є всі види оцінок будь-якої розмірності, отримані різними способами.

Диференціальні оцінки не тільки є інструментом кваліметрії, але без них неможливо отримати комплексну оцінку. Насправді, оцінки окремих

показників, на яких базуються комплексні оцінки, є не що інше як диференціальні оцінки.

Отже, завдання кваліметрії – розробка і розвиток всіх методів оцінки якості (як комплексних, так і диференціальних). Тим паче, що комплексна оцінка якості і не завжди необхідна. В деяких випадках досить мати тільки диференціальну оцінку однієї з властивостей якості (наприклад, в ситуації коли при порівнянні двох зразків з метою вибору кращого з них решта всіх властивостей одного зразка виявляється рівними відповідним властивостям іншого).

За останні декілька років в області оцінки якості виконана велика робота: сформульований предмет науки про якість продукції, вийшов державний стандарт на основні терміни в області якості продукції, підготовлено декілька термінологічних стандартів за якістю, розроблені «Методичні вказівки за визначенням рівня якості промислової продукції серійного виробництва», опублікована безліч статей за оцінкою якості конкретних видів продукції і т.д.

3. Що таке кваліметрія?

У останні десятиліття в найбільш розвинених в науково-технічному відношенні країнах стосовно найрізноманітніших галузей виробництва пропонуються численні способи і методи кількісного вимірювання і оцінки якості різних видів продукції. Оцінюють якість автомобілів і торгової упаковки, житлової квартири і ракетної зброї, харчових продуктів і електромоторів, взуття і міських житлових комплексів і багатьох інших видів продукції.

На перший погляд може здатися, що всі ці методи не зв'язані між собою. Насправді, що загальної між оцінкою якості, наприклад, автомобіля і чоловічого взуття?

Але річ у тому, що в даному випадку необхідно розглядати загальні принципи і методи таких оцінок. І якщо між автомобілем і чоловічим взуттям немає безпосередньо нічого спільного, то між принципами оцінки якості автомобіля і принципами оцінки якості взуття існує багато загального і цілком правомірно можна ставити питання про принципову тотожність цих двох завдань, що дозволяє розглядати їх як явища одного класу.

Як відомо, математика принципово абстрагується від властивостей конкретних предметів або процесів і розглядає тільки їх ідеальні математичні моделі і взаємозв'язки між цими моделями. Тому і математична модель якості може розглядатися як деяка абстрактна система окремих властивостей, що мають різний ступінь складності. Ця модель якості, через свій абстрактний характер, в принциповому

відношенні буде абсолютно однаковий для самих різних видів продукції.

В той же час підстановка в цю модель значень конкретних показників властивостей якості, характерних для того або іншого конкретного виду

4. СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ КВАЛІМЕТРІЇ

Спочатку кваліметрія визначалася як наука про вимірювання і оцінку якості продукції. І це було цілком природно, тому що проблема якості народногосподарської продукції – одна з найважливіших проблем.

Де в даний час застосовується кваліметрія? Чи розширилася сфера її додатку?

У другій половині ХХ в. основні наукові категорії, що відносяться не тільки технічним, але н до природних і навіть гуманітарних наукам, всі більшою мірою починають піддаватися спочатку формалізації, а потім – і кількісному виразу (квантифікації).

В даний час комплексні кількісні оцінки якості все більше і більше упродажуються в різні сфери людської діяльності. У вітчизняній і зарубіжній науково-технічній, науково-популярною н навіть суспільно-політичній літературі все частіше зачіпаються проблеми комплексної оцінки якості різного роду об'єктів, що не є продуктами праці, або оцінки якості протікання різних процесів.

Методики оцінки якості (незважаючи мул те, що об'єкт оцінки у них самий різномірний), що існують зараз, характеризуються внутрішньою єдністю. Воно полягає в тому, що ці методики базуються на загальних принципах кваліметрії. Отже, з погляду теоретичної кваліметрії, ці методики однорідні і можуть бути описані одним алгоритмом.

Таким чином, можна вважати, що:

- методи комплексної кількісної оцінки якості захоплюють все нові області, часто далеко віддалені від первинної сфери їх додатку – тільки до продуктів праці;
- алгоритм цих методів і принципи, на яких вони базуються, практично не відрізняються від тих, які прийняті в теоретичній кваліметрії;
- сфери додатку багато з цих методів, наприклад оцінка якості фахівців, надзвичайно важливі.

Тому доцільно поставити питання про єдиний фронт робіт дослідників, що займаються проблемою оцінки якості в самих різних областях народного господарства, що, поза сумнівом, сприятиме підвищенню наукового рівня таких досліджень. Крім того, розширення сфери кваліметрії допоможе підвести наукову базу під цілий комплекс методів рішення задач за оцінкою якості різних процесів і предметів, що не є продуктами праці, що, безумовно, матиме велике народногосподарське значення.

Отже, є підстави стверджувати, що в даний час кваліметрія починає об'єднувати не тільки методи оцінки якості різних видів продукції, але і методи оцінки якості предметів, що не є продукцією, і також різних процесів.

Питання для самопідготовки

1. Визначення вагомості показників у структурі комплексного показника якості.
2. Історія виникнення оцінки якості
3. Способи та методи оцінки якості.
4. Застосування кваліметрії.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Історія розвитку систем управління якістю.
2. Основні поняття управління якістю.
3. Загальна характеристика принципів управління якістю.
4. Орієнтація на замовника.
5. Принцип лідерства.
6. Залучення працівників до управління якістю.
7. Процесний підхід до управління якістю.
8. Системний підхід до управління .
9. Принцип постійного поліпшення управління якістю.
10. Принцип прийняття рішень на підставі фактів.
11. Взаємовигідні стосунки з постачальниками та партнерами.
12. Політика у сфері якості.
13. Цілі у сфері якості.
14. Доведення політики та цілей у сфері якості до працівників усіх рівнів на підприємстві.
15. Показники поліпшення діяльності підприємства, що надає послуги.
16. Структура документації системи управління якістю підприємства сфери туристичних та готельних послуг.
17. Настанова з якості як основний документ системи управління якістю послуг.
18. Кодекс поведінки персоналу.
19. Внутрішні документи системи управління якістю.
20. Зовнішні документи системи управління якістю.
21. Законодавчі та нормативні вимоги туристичних і готельних послуг.
22. Обов'язкові методики системи управління якістю.
23. Методики (технологічні інструкції) виконання конкретних видів послуг на підприємстві.
24. Положення про служби, посадові інструкції персоналу.
25. Реєстрація даних про якість та управління протоколами якості.
26. Роль вищого керівника у виборі стратегічного курсу на підвищення якості послуг та впровадження системи управління якістю.

ТЕСТИ

1. В залежності від властивостей показники якості продукції розрізняють:

1. одиничні і комплексні
2. базові і відносні
3. призначення, надійності, ремонтоспроможності, схоронності, технологічності, економічності
4. прогнозовані, проектні, виробничі, експлуатаційні

2. В залежності від кількості властивостей показники якості продукції бувають:

1. базові і відносні
2. прогнозовані, проектні, виробничі, експлуатаційні
3. схоронності, довговічності, економічності, технологічності
4. одиничні і комплексні

3. В залежності від використання для оцінки показники якості продукції розрізняють:

1. базові і відносні
2. економічності, довговічності, технологічності, транспортабельності
3. одиничні і комплексні
4. прогнозовані, проектні, виробничі, експлуатаційні

4. В залежності від стадії визначення значень показники якості продукції розрізняють:

1. одиничні і комплексні
2. економічності, довговічності, технологічності, транспортабельності
3. базові і відносні
4. прогнозовані, проектні, виробничі, експлуатаційні

5. Відносна характеристика якості продукції, що ґрунтується на порівнянні значень показників якості продукції, що оцінюється, з базовими значеннями – це:

1. характеристика продукції
2. сертифікат відповідності

3. рівень якості продукції
4. сертифікат якості

6. Методи знаходження значень показників якості продукції за способами одержання інформації поділяються на:

1. традиційний, експертний, соціологічний
2. вимірювальний, реєстраційний, органолептичний, розрахунковий
3. експертний, традиційний, вимірювальний, органолептичний
4. традиційний, соціологічний, реєстраційний, розрахунковий

7. Об'єктивна особливість, за якою її відрізняють від інших видів продукції – це:

1. якість продукції
2. характеристика продукції
3. рівень якості продукції
4. базовий зразок

8. Науку, яка вивчає якість продукції та вимірювання якості називають:

1. кваліметрія
2. стандартизація
3. сертифікація
4. метрологія

9. Розрізняють кваліметрію:

1. об'єктивну і суб'єктивну
2. технологічну і соціальну
3. теоретичну і практичну
4. комплексну і диференційну

10. Основні фактори, що впливають на якість продукції:

1. політичні, соціальні, правові, організаційні
2. екологічні, правові, економічні, культурні
3. технічні, організаційні, економічні, суб'єктивні
4. демографічні, культурні, правові, політичні

11. До витратної продукції щодо оцінки рівня якості відносять:

1. сировину і природне паливо, матеріали та продукти, видаткові вироби
2. матеріали та продукти, продукцію, що підлягає ремонтуванню, сировину та природне паливо
3. вироби, що не підлягають ремонтуванню, видаткові вироби, матеріали та продукти
4. вироби, що підлягають ремонтуванню, видаткові вироби, вироби, що не підлягають ремонтуванню

12. До продукції, що витрачає свій ресурс щодо оцінки рівня якості відносять:

1. видаткові вироби, матеріали та продукти
2. сировина та природне паливо, видаткові вироби
3. вироби, що підлягають ремонтуванню, вироби, що не підлягають ремонтуванню
4. сировину і природне паливо, матеріали та продукти

13. Реально досягнута сукупність значень показників якості продукції, що прийнята для порівняння називається:

1. характеристикою продукції
2. базовим зразком
3. рівнем якості продукції
4. якістю продукції

14. При оцінці рівня якості продукції використовують методи:

1. експертний, соціологічний, традиційний
2. вимірювальний, реєстраційний, розрахунковий
3. диференційний, комплексний, змішаний
4. розрахунковий, реєстраційний, традиційний, соціологічний

15. Метод оцінки рівня якості продукції, оснований на використанні одиничних показників якості продукції називається:

1. диференційним
2. експертним
3. комплексним
4. змішаним

16. Метод оцінки рівня якості продукції, оснований на використанні узагальненого показника якості продукції називається:

1. змішаним
2. комплексним
3. диференційним
4. розрахунковим

17. Встановлення міри відповідності вимогам нормативно-технічної документації фактичних значень показників якості продукції до початку її експлуатації або споживання називають:

1. рівнем якості продукції
2. сертифікатом якості
3. оцінкою рівня якості виготовленої продукції
4. характеристикою продукції

18. Характеристика середніх витрат, пов'язаних з наявністю дефектів, які виражені в цінових чи умовних одиницях, що приходяться на одиницю продукції називається:

1. коефіцієнтом дефектності
2. нормативним строком окупності капітальних виробів
3. нормативним коефіцієнтом економічної ефективності
4. зведеними витратами

19. Які показники характеризують системи «людина-виріб», «людина-робоче місце», «людина-машина» і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини?

1. екологічні
2. економічні
3. функціональні
4. ергономічні

20. Кількісна характеристика однієї властивості продукції, що характеризує її якість, яку розглядають стосовно визначених умов її створення або споживання – це:

1. відносна якість
2. одиничний показник
3. комплексний показник
4. параметр продукції

21. На які класи поділяється промислова продукція з метою оцінювання її якості?

1. продукція, що витрачається під час використання, продукція, що витрачає свій ресурс
2. матеріали і продукти
3. вироби, що ремонтуються
4. вироби, що не ремонтуються

22. За якого методу оцінки рівня якості порівнюють значення одиничних показників якості оцінюваного і базового зразків?

1. комплексного
2. змішаного
3. диференційного
4. експертного

23. У якому випадку перераховані об'єктивні фактори, що впливають на якість?

1. конструкція виробу, технічний рівень виробничої бази та бази експлуатації
2. конструкція виробу, кваліфікація працівника
3. професійна майстерність, загальноосвітній рівень, психологічний склад людини, особиста зацікавленість в результаті праці
4. конструкція виробу, технічний рівень виробничої бази та бази експлуатації, особиста зацікавленість в результаті праці

24. Що є об'єктами стандартизації міжнародних стандартів ISO серії 9000?

1. продукція
2. продукція, послуги, елементи систем якості
3. методи контролю показників якості
4. елементи систем якості, критерії вибору елементів систем якості, моделі систем забезпечення якості, способи перевірок діючих систем якості та інше

25. Який із прийнятих ДСТУ ISO описує основні положення системи управління якістю і визначає термінологію, ідентифікує поняття у сфері управління якістю?

1. «Системи управління якістю. Вимоги»
2. «Системи управління якістю. Основні положення і словник»
3. «Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності»
4. «Настанови щодо перевірки систем якості»

26. Організації залежать від своїх замовників і тому повинні розуміти поточні і майбутні потреби замовників, виконувати вимоги та прагнути до перевищення їх очікувань, – це:

1. постійне поліпшення
2. системний підхід до управління
3. орієнтація на споживача
4. система управління якістю

27. Необхідного результату досягають ефективніше, якщо діяльністю і пов'язаними з нею ресурсами керують як процесом, – це:

1. системний підхід до управління
2. процесний підхід
3. процесне вирішення
4. процесне управління

28. Показники, що характеризують особливості продукції, які забезпечують її нешкідливість і безпеку для людини при експлуатації чи споживанні, це:

1. показники безпеки
2. показники надійності
3. показники технологічності
4. показники безвідмовності

29. На якість продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох. Умовно всі фактори об'єднані в 4 групи:

1. технічні, ергономічні, об'єктивні, технологічні
2. технічні, організаційні, економічні, суб'єктивні

3. технічні, ергономічні, об'єктивні, суб'єктивні
4. конструктивні, стимулюючі, об'єктивні, технологічні

30. Документ, в якому регламентовано конкретні заходи в галузі якості, ресурси і послідовність діяльності стосовно конкретної продукції, проекту чи контракту, – це:

1. нормативний документ
2. програма якості
3. настанова з якості
4. показник якості

31. Показник якості продукції, що відноситься до кількох її властивостей, – це:

1. диференційний показник якості продукції
2. одиничний показник якості продукції
3. комплексний показник якості продукції
4. інтегральний показник якості продукції

32. Ідентифікація, розуміння і управління взаємопов'язаними процесами як системою сприяє організації найбільш результативно й ефективно досягти цілей. Який з принципів управління якістю пояснює це твердження?

1. системний підхід до управління
2. лідерство
3. процесний підхід
4. прийняття рішень на підставі фактів

33. В Україні введено методом прямого впровадження і затверджено як національні сімейство стандартів:

1. ISO серії 9000
2. ISO серії 14000
3. ISO серії 19000
4. ISO серії 22000

34. Коефіцієнт якості праці вперше було введено для вітчизняної системи управління якістю продукції?

1. СБВП
2. НОРМ
3. КС УЯПП

4. СБП

35. Показники якості, які характеризують властивості продукції, що обумовлюють оптимальний розподіл витрат матеріалів, засобів праці та часу належать до:

1. патентно-правових
2. технологічних
3. економічних
4. ергономічних

36. Питання створення еталонів, зразків, розробки нових вимірювальних приладів, пристроїв та інформаційних систем вирішує:

1. експериментальна метрологія
2. прикладна метрологія
3. теоретична метрологія
4. законодавча метрологія

37. Сукупність дій, що виконуються за допомогою засобів вимірювання з метою знаходження числового значення даної величини, яка виражається в прийнятих одиницях – це:

1. технічне вимірювання
2. інструментальне вимірювання
3. експертне вимірювання
4. органолептичне вимірювання

38. Де перераховані основні одиниці СІ?

1. метр, кілограм, секунда, Ампер, Кельвін, кандела, моль
2. метр, кілограм, секунда, Ампер, Кельвін, кандела, радіан
3. метр, кілограм, секунда, Ампер, Кельвін, стерадіан, радіан
4. міліметр, година, грам, Вольт, Ампер, Кельвін

39. Методи вимірювання, за яких чутливий елемент приладу не приводиться в контакт з об'єктом вимірювань це:

1. контактний метод
2. безконтактний метод
3. метод заміщення
4. нульовий метод

40. Відносно одиниці фізичної величини похибки бувають як:

1. відтворювання величини, зберігання одиниці, передачі розміру одиниці фізичної величини в результаті спостереження
2. відтворювання величини
3. зберігання одиниці фізичної величини
4. статичні, динамічні

41. Похибки вимірювань за способом вираження бувають:

1. абсолютні, відносні
2. часткові, повні
3. статичні, динамічні
4. середня арифметична і середня квадратична

42. Які показники характеризують охоплення продукції стандартними, уніфікованими та оригінальними складовими частинами, а також рівень уніфікації з іншими виробами?

1. призначення
2. економічні
3. екологічні
4. стандартизації та уніфікації

43. Ким, або в якому документі було сформульоване таке визначення: «Якість – ступінь, для якого сукупність відмітних властивостей задовольняє сформульовані потреби або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові»?

1. Гегелем
2. Аристотелем
3. ДСТУ ISO 9000-2001
4. ГСТУ

44. Стандарти серії 9000 та 14000 розроблені –

1. ІЕС
2. ІСО
3. МДР
4. СЕН

45. Петля якості охоплює наступну кількість взаємозалежних видів діяльності:

1. 8

2. 11
3. 12
4. 10

46. Властивість виробів зберігати у часі в заданих допустимих межах всіх параметрів якості відповідно до заданих умов їх використання, ремонтування, зберігання та транспортування називають:

1. кваліметрією
2. надійністю
3. стійкістю
4. довговічністю

47. Проміжок часу, в якому вироби зберігають спроможність виконання ними заданих функцій, у межах допустимих відхилень в умовах належного їх технічного обслуговування та ремонтування:

1. ремонтоспроможністю
2. надійністю
3. стійкістю
4. довговічністю

48. Показники характеризують властивості виробів, які полягають у здатності до попередження та знаходження причин відмов у роботі та пошкоджень, а також в усуненні їх наслідків за допомогою належного технічного обслуговування та ремонтування:

1. ремонтоспроможності
2. довговічності
3. надійності
4. призначення

49. Показники характеризують їх властивості безперервно до моменту використання зберігати показники якості у заданих умовах використання протягом заданого періоду часу:

1. довговічності
2. надійності
3. збереження
4. технологічності

50. Показники якості виробів, що характеризують взаємозв'язок людини, виробу та навколишнього середовища з урахуванням вимог людини до виробів і довілля це:

1. естетичні
2. безпечності
3. технологічні
4. ергономічні

Список рекомендованої літератури

1. Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» // Діло, 11.05.93 р.
2. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінка якості. Терміни та визначення.
3. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення.
4. ДСТУ 4161:2003. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги.
5. ДСТУ 180 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник.
6. ДСТУ ISO 9000-01. Система управління якістю. Принципи та поняття. – К.: Держстандарт України, 2001.
7. ДСТУ ISO 9001-01. Система управління якістю. Вимоги. – К.: Держстандарт України, 2001.
8. ДСТУ ISO 9004-01. Система управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. – К.: Держстандарт України, 2001.
9. ДСТУ ISO 10011-1:1995. Настанови щодо перевірки систем якості. К.: Держстандарт України, 1995. – Ч. 1. Перевірка.
10. ДСТУ ISO 10011-2:1995. Настанови щодо перевірки систем якості. – К.: Держстандарт України, 1995. – Ч. 2. Кваліфікаційні вимоги до експертів-аудиторів з перевірки систем якості.
11. ДСТУ ISO 10011-3:1995. Настанови щодо перевірки систем якості. – К.: Держстандарт України, 1995. – Ч. 3. Керування програмами перевірок.
12. Андрушків Б.М. Основи теорії та практики управління / Б.М. Андрушків. – Львів, 2003.
13. Баум-Гартен Л.В. Управління якістю в туризмі / Л.В. Баум-Гартен. – К., 2005.
14. Бурчакова М.А. Управление качеством / М.А. Бурчакова, М.Ф. Мизинцева. –М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2004. – 176 с.
15. Гиссин В.И. Управление качеством продукции: учеб. пособие / В.И. Гиссин. – Ростов н/Д, 2003. – 396 с.
16. Гличев А.В. Прикладные вопросы квалитетрии : Стандарт / А.В. Гличев. – М., 1983.
17. Джордж С. Всеобщее управление качеством: стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях (ТСиМ) / С. Джордж, А. Ваймерских. – СПб. : Виктория плюс, 2002. – 256 с.
18. Дубініна А.А. Методи визначення фальсифікації товарів : лабораторний практикум : Навч. посіб. / [А.А. Дубініна, Т.М. Летута, С.О. Дубініна та ін.]. – К. : ВД «Професіонал», 2009.

19. Эволюция и проблемы менеджмента качества в Украине / О.Б. Чернега; НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 2009. – 95 с.
20. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров: учебное пособие / [Под общ. ред. д. э. н., проф. И. Ш. Дзахмишевой]. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008.
21. Кайфман Ю.І. Управління якістю і забезпечення якості : Довідник / Ю.І. Кайфман. – К., 1995.
22. Коломієць Т.М. Експертиза товарів / Т.М. Коломієць. – К. : «Професіонал», 2008.
23. Концептуальні основи систем управління якістю. Основоположні принципи міжнародного стандарту ISO 9000 : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. 4.1 / С.М. Коваленко, В.О. Лебединець, С.М. Коваленко / Нац. фармац. ун-т. – Х. : Золоті сторінки, 2010. – 96 с.
24. Круглов М.Г. Менеджмент систем качества : учеб. пособие / М.Г. Круглов. – К.: ЦУЛ. –2009.
25. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом : Навч. посіб. / [Мунін Г.Б. та ін.]. – К. : Ліра-К, 2005. – 520 с.
26. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики / В.Ю. Огвоздин. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 160 с.
27. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства / С.Ф. Покропивний. – К., 1995. – Т. 2.
28. Послуги в Україні. Туризм. Готелі. Харчування : Довідник / [За ред. В. Іванова]. – Львів, 2000.
29. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг. – К. : Держстандарт України, 1999.
30. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч. посіб. / П.Р. Пуцентейло. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.
31. Робертсон А. Управление качеством / А. Робертсон. – М. : Прогресс, 1974.
32. Системне управління якістю : Навч. посіб. / В.О. Мозолюк; Нац. у-т кораблебудування ім. Адмірала Макарова. – Миколаїв, 2010. – 103 с.
33. Топольник В.Г. Управління якістю продукції і послуг ресторанного господарства : навч. посіб. / В.Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 182 с.
34. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства : навч. посіб. / В.Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. –174 с.
35. Топольник В.Г. Кваліметрія в ресторанном господарстві : монографія / В.Г. Топольник, А.С. Ратушний. – Донецьк : ДонНУЗТ, 2008. – 243 с.
36. Управление качеством / С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, В.С. Мхитарян и др. – М. : Юнити- Дана, 2004. – 334 с.

37. Федорченко В.К. Уніфіковані технології готельних послуг : Навч. посіб. / Федорченко В.К., Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. – К. : Вища школа., 2001. – 302 с.
38. Федюкин В.К. Квалиметрия : Учеб. пособие / В.К. Федюкин. – М. : Изд-во МГИУ, 2005.
39. Федюкин В.К. Основы квалиметрии. Управление качеством продукции / В.К. Федюкин. – Узд. : Филинь, 2004.
40. Фомин В.Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация / В.Н. Фомин. – М. : Ось-89, 2007.
41. Харчова і переробна промисловість. – 2010. – № 2 (366).
42. Харчова і переробна промисловість. – 2009. – № 6 (358).
43. Шаповал М.І. Менеджмент якості / М.І. Шаповал. – К.: Т-во «Знання», 2008. – 475 с.
44. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і стандартизації / М.І. Шаповал. – К., 2000.
45. Щедріна Т. Оптимальні механізми стандартизації і сертифікації продукції в умовах ринкової економіки / Т. Щедріна // Розбудова держави – 2003. – № 10. – С. 35–38.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ВИДАННЯ

**Володимир Клапчук
Любомир Білоус**

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ, РЕСТОРАННОМУ ТА КУРОРТНОМУ ГОСПОДАРСТВАХ

Навчально-методичний посібник

Комп'ютерна верстка – Володимир Клапчук

Підписано до друку 25.08.2013 року. Формат друку 60x90_{1/16}. Ум.
друк. арк. – 15,8. Замовлення № ____ . Наклад 300 прим.

Друкарня «Фоліант» (ПП Дмитренко Ю.В.),
м.Івано-Франківськ, вул. Старозамкова, 2, тел. 50-21-65
e-mail: Foliant.drukarnja@gmail.com,
www.foliant.if.ua