

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань та самостійної роботи
з дисципліни

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст,
спеціальність 7.14010301 – Туризмознавство)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2015

Методичні вказівки до виконання практичних занять та самостійної роботи з дисципліни “Управління якістю туристичних послуг” (для студентів 5 курсу усіх форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, спеціальність 7.14010301 – Туризмознавство) / Харків. нац. ун-т. міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: І. Л. Полчанінова, Р. С. Ладиженська. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015 – 36 с.

Укладачі: ст. викл. І. Л. Полчанінова
доц. Р. С. Ладиженська

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства,
протокол № 1 від 28.08.2012 р.



ЗМІСТ

	Стр.
1 Мета та завдання вивчення дисципліни.....	4
2 Загальні методичні рекомендації.....	5
3 Загальні вимоги до виконання і оформлення ІНДЗ.....	6
4 Плани практичних (семінарських) занять	9
5 Самостійна робота студентів. Рекомендації щодо аналізу якості туристичних послуг	15
6 Запитання для самоконтролю	26
7 Список рекомендованих джерел.....	29

1 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Метою дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» є формування системи теоретичних знань із застосування інструментарію управління якістю на підприємствах у сфері туризму, а також набуття практичних навичок оцінки рівня якості послуг, розроблення та впровадження систем управління якістю.

Дисципліна «Управління якістю туристичних послуг» реалізує завдання ОПІ у частині формування у студентів комплексу теоретичних знань про сутність і значення управління якістю в контексті розроблення та впровадження систем якості, які визначають перспективні орієнтири діяльності підприємств у сфері туризму.

Забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності підприємств у сфері туризму, підвищення якості послуг підприємств, побудова ефективної системи управління якістю, розроблення комплексної політики управління якістю на рівні підприємства ставить питання про підвищення професійної компетенції працівників у галузі якості.

Основними завданнями до виконання практичних занять та самостійної роботи дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» є:

- розгляд теоретичних засад управління якістю, стандартизації та сертифікації послуг у сфері туризму;
- моніторинг якості туристичних послуг;
- вивчення інструментарію управління якістю із врахування галузевої специфіки;
- дослідження проблем у галузі якості на підприємствах у сфері туризму;
- розгляд специфіки, особливостей та технології розроблення і впровадження систем якості на підприємствах у сфері туризму.

Результатом вивчення дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» стають вміння майбутніх фахівців підприємства у сфері туризму створити дієву систему управління якістю, організувати проведення сертифікації та ліцензування діяльності.

З інтеграцією України до світової спільноти неминуче постає питання про конкурентоспроможність вітчизняних послуг на внутрішньому і зовнішньому ринках, де поруч з конкуренцією ринкових цін рівнозначно виступає конкуренція якості послуг. Це обумовлює необхідність розуміння та задоволення вимог і потреб споживачів, впровадження регульованих норм для підвищення якості послуг, які б забезпечували ринковий попит на них і одночасно створювали умови для зацікавленості інвесторів у капіталовкладеннях на користь сфери послуг.

Предметом вивчення в дисципліні є відносини, що формуються в процесі планування, управління, забезпечення й поліпшення якості в рамках системи туристичних послуг.

2 ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

«Управління якістю туристичних послуг» є нормативною дисципліною в системі підготовки спеціаліст, галузі знань 1401 – Сфера обслуговування, напряму підготовки 140103 – Туризм, спеціальність 7.14010301 – Туризмознавство.

Дисципліна «Управління якістю туристичних послуг» обумовлює формування компетенції щодо:

отримання системних теоретичних знань про:

- наукові засади управління якістю;
- організацію державної системи стандартизації та сертифікації послуг;
- механізм та процес управління якістю на підприємствах у сфері туризму;

набуття практичних навичок щодо:

- здійснення оцінки рівня якості туристичних послуг;
- застосування інструментарію управління якістю діяльності підприємств у сфері туризму;
- проведення сертифікації послуг та підприємств у сфері туризму;
- розроблення, впровадження та сертифікації систем якості.

Вивчення дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» тісно пов'язане з дисциплінами: «Організація туризму», «Маркетинг», «Менеджмент туризму».

Знання, отримані при вивченні дисципліни, сприятимуть більш якісному освоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень дипломних та магістерських роботах, а також вміти застосовувати набуті знання у практичній роботі, а також для визначення політики та цілей у сфері якості та розроблення комплексу документації системи управління якістю.

Тематичний план навчальної дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» складається з одного модуля, який логічно пов'язує два змістових модуля за змістом та взаємозв'язками.

Навчальний процес здійснюється у таких формах: лекційні, практичні (семінарські) заняття, контрольна робота, самостійна робота студента, контрольні заходи. Всі види занять розроблені відповідно до положень Болонської декларації.

Форма підсумкового контролю – іспит.

3 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ І ОФОРМЛЕННЯ ІНДЗ

Програмою дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» передбачено виконання індивідуального навчально-дослідного завдання (ІНДЗ):

- для студентів денної форми навчання – РГР.
- для студентів заочної форми навчання – РГР.

Виконання РГР необхідно для систематизації, закріплення теоретичних знань і набуття практичних навичок по дисципліні «Управління якістю туристичних послуг». Так само ІНДЗ дозволяє опанувати студентам необхідними навичками при рішенні конкретних завдань щодо організаційних, нормативно-правових питань управління якістю, створення і впровадження систем управління якістю (СУЯ), принципів ефективного їх функціонування.

При виконанні ІНДЗ студент повинен продемонструвати вміння в сфері науково-дослідної діяльності, уміння аналізу і синтезу інформаційних матеріалів по темі.

ІНДЗ виконується студентами самостійно протягом вивчення дисципліни із проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу та оприлюдненні результатів під час проведення практичних занять.

В результаті виконання індивідуального завдання студент повинен:

- 1 Підготувати і належними чином оформити ІНДЗ на задану тематику.
- 2 Зробити доповідь на підсумковому практичному занятті.

Обсяг у годинах – 18 годин включених до самостійної роботи для всіх форм навчання.

Матеріали ІНДЗ розміщують в такій послідовності:

- 1 Титульний аркуш.
- 2 Зміст.
- 3 Основний текст.
- 4 Список використаних інформаційних джерел.

ІНДЗ виконується на ЕОМ на одному боці аркуша білого паперу формату А4 через півтора міжрядкові інтервали, шрифт Times New Roman, 14 кегль.

Загальний обсяг роботи 15-20 сторінок друкованого тексту, включаючи бібліографію. До загального обсягу роботи не входять додатки. За необхідності окремі таблиці та рисунки можна подавати на аркушах формату А3. Границі аркуша мають бути наступних розмірів: ліве поле – не менше як 30 мм, праве – не менше як 10 мм, верхнє – не менше як 20 мм, нижнє – не менше як 20 мм.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, рисунків, таблиць, формул і т.п. подають арабськими цифрами без знаку №. Таблиці та ілюстративний матеріал, які розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок безпосередньо після тексту, де вони згадуються

вперше. Ілюстрації (графіки, діаграми тощо) позначають словом Рис. і нумерують послідовно у межах розділу. Посилання на ілюстрації вказують порядковим номером ілюстрації, наприклад, *Рис. 2.1.*

Кожна таблиця повинна мати назву, яка пишеться над таблицею симетрично до тексту. Слово Таблиця та безпосередньо її назва починається з великої літери. У кожній таблиці заголовки граф повинні починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають єдине ціле. Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті. Таблицю з великою кількістю рядків можна перенести на іншу сторінку, при цьому не повторюючи назву, а вказуючи Продовження таблиці

На всі таблиці мають бути посилання в тексті, при цьому слово Таблиця пишуть скорочено, наприклад, Табл. 2.3. У повторних посиланнях за текстом на таблиці треба зазначити див. табл. 2.3.

ІНДЗ повинна бути написана літературною мовою, без зловживань: науковими термінами (які транслітеровані з іноземних мов); цитатами, запозиченими із статей, монографій, підручників та з мережі Інтернет. Вона не повинна мати компілятивний характер.

Обов'язкові:

- нумерація сторінок (верхній правий кут, враховуючи титульний аркуш);
- зміст з вказівкою сторінок;
- назви підрозділів не виділяти жирним шрифтом, усі великі літери.

Мова написання – українська.

Роботу необхідно зброшурувати (папка-швидкозшивач).

Обсяг ІНДЗ визначається потребами повного відображення проведеного дослідження. Рекомендований обсяг роботи становить не менше 15 сторінок формату А4. В кінці роботи ставиться підпис студента і дата виконання.

Завершене ІНДЗ належним чином оформлене подається керівникові для перевірки.

Критеріями оцінювання є:

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану;
- науковість стилю викладання;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- правильне оформлення роботи відповідно державних стандартів (при значних відхиленнях від встановлених вимог робота може бути взагалі не допущена до захисту, або це суттєво вплине на загальну оцінку).

Керівник проводить попереднє оцінювання якості виконання ІНДЗ та її відповідальності вимогам і приймає рішення про допуск (не допуск) виконаного завдання до захисту. До захисту допускаються ІНДЗ, виконані

студентами згідно з вимогами цих методичних вказівок. ІНДЗ з ознаками плагіату знімається з розгляду, виставляється незадовільна оцінка.

Якщо контрольна робота виконана без дотримання рекомендацій, вона повертається студенту без перевірки на доопрацювання.

Робота, яка не відповідає поставленим вимогам, має бути перероблена згідно із зауваженнями керівника і подана для перевірки вдруге.

При захисті студент повинен розкрити сутність завдання, зробити висновки й відповісти на запитання керівника.

ІНДЗ має продемонструвати: вміння автора логічно та аргументовано викладати матеріал, коректно використовувати статистичні та математичні методи для аналізу проблем; навички роботи, власні узагальнення та висновки, вміння працювати з літературою.

Виконання контрольної роботи оцінюється максимум в 20 балів. В таблиці 3.1 наведена шкала для оцінювання завдання.

Таблиця 3.1 – Шкала для оцінювання практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Управління якістю туристичних послуг»

Кількість балів	Критерії
1	2
18-20	а) виклад матеріалу правильний, повний, послідовний, логічний; студент впевнено володіє фактичним матеріалом з усього курсу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань, чітко орієнтується у просторі та часі; б) студент має навички користування стандартами, схемами, довідниками; статистичний матеріал може втілити в схемах, діаграмах, графіках, вміє складати таблиці; в) робота викладена грамотною українською літературною мовою, без русизмів, допускаючи при цьому 1-2 незначні помилки з фактичного матеріалу та 2-3 помилки мовностилістичного характеру.
15-17	а) робота правильна, послідовна, логічна, але студент допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань, орієнтується у просторі і часі, допускаючи при цьому 1-2 помилки, аналізує причинно-наслідкові зв'язки, у деяких випадках нечітко формулюючи їх; б) студент має навички користування стандартами та іншими наочними посібниками, складає графіки, схеми, діаграми, таблиці, допускаючи при цьому незначні помилки; в) робота в цілому грамотною українською літературною мовою, але є русизми, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні помилки (не більше 5)

1	2
11-14	а) студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не досить впевнено орієнтується у просторі і часі, не завжди вміє інтегровано застосовувати набуті знання для аналізу конкретних ситуацій, нечітко, а інколи й невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки; б) слабо орієнтується щодо стандартів, допускає помилки при складанні таблиць, графіків, схем, діаграм; в) при викладі українською мовою допускає помилки, русизми, що свідчить про його недостатню мовну культуру.
До 10 балів	а) студент виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу, не орієнтується у просторі і часі, не вміє визначити причинно-наслідкові зв'язки; б) не орієнтується щодо стандартів, не може скласти таблицю, побудувати графік, схему, діаграму; в) робота безграмотна з точки зору української мови.

4 ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ

Практичне завдання – форма навчального заняття, спрямована на формування вмінь і навичок виконання певних видів роботи.

У процесі проведення практичного заняття студенти самостійно або в малих групах (при попередньому поясненні викладача) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації чи розроблені тури по напрямкам. Наприкінці заняття з метою виявлення ступеня засвоєння матеріалу викладачем проводиться перевірка роботи, яку виконували студенти, і підведення підсумків з виставленням відповідної оцінки залежно від результатів виконаної роботи.

Семінарське заняття – форма навчального заняття, спрямована на закріплення студентом теоретичних знань, отриманих як на лекційних заняттях, так і в процесі самостійного вивчення матеріалу.

У процесі проведення семінарського заняття організується дискусія з попередньо визначених тем, до яких студенти готують тези виступів, а також проблемні питання, відповідь на які має бути знайдена при обговоренні.

Плани практичних (семінарських) занять наведені у таблиці 4.1.

Таблиця 4.2 – План проведення практичних занять

№ заняття	Зміст	Кількість годин
СПП1.2 МОДУЛЬ 1 "УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ"		18
Змістовий модуль 1.1 Система управління якістю послуг підприємств в сфері туризму		8
1	Тема 1 Місце і роль управління якістю в теорії пізнання	1
2	Тема 2 Практика управління якістю послуг підприємств в сфері туризму	1
3	Тема 3 Комплекс заходів щодо підвищення системи управління якістю послуг в туризмі	2
4	Тема 4 Впровадження міжнародних стандартів якості	2
5	Тема 5 Концепція загального управління якістю послуг Тестування за змістовим модулем 1.1	1
Змістовий модуль 1.2 Проведення сертифікації послуг та підприємств в сфері туризму		10
6	Тема 6 Провести експертну оцінку персоналу та надати рекомендації щодо вибору претендента на керівну посаду туристичного підприємства	2
7	Тема 7 Організація процесу виробництва туристичних послуг. Визначення експертним методом коефіцієнта вагомості показників якості складових розробленого туру	2
8	Тема 8 Порядок і правила сертифікації послуг підприємств в сфері туризму	2
9	Тема 9 Порядок ліцензування підприємств у сфері туризму	2
10	Тема 10 Економічна оцінка роботи з сертифікації послуг підприємств в сфері туризму Тестування за змістовим модулем 1.2	1 1

Слід звернути увагу, що на останньому занятті кожного змістового модуля проводиться тестування, метою якого є перевірка засвоєння знань студентами. Результати тестування враховують при визначенні оцінки поточного контролю роботи студентів за змістом модулем.

Практичне завдання передбачає: Систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань із дисципліни і застосування їх при вирішенні конкретних ситуацій, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами.

При виконанні практичного завдання необхідно:

- провести експертну оцінку персоналу та надати рекомендації щодо вибору претендента на керівну посаду туристичного підприємства;
- розробити план системи заходів щодо забезпечення необхідної якості туристичних послуг та визначити експертним методом коефіцієнти вагомості показників якості складових розробленого туру;
- забезпечити дотримання економіко-правових вимог якості в процесі надання туристичних послуг;
- розробити якісні послуги й визначити їх соціально-економічну ефективність.

Приклад проведення практичного заняття. Експертна оцінка персоналу туристичного підприємства та надання рекомендацій щодо вибору претендента на керівну посаду.

В основу експертної оцінки властивостей і ділових якостей кандидата покладені кількісні параметри та оціночні критерії, отримані в результаті інтерв'ю. Хоча тут і присутні елементи умовності і суб'єктивізму, проте при хорошій розробці шкали оцінок і уважному (професійному) підході експертів оцінити претендента можна з високим ступенем вірогідності.

Суть кількісної оцінки претендента на керівну посаду полягає в тому, що його діяльність підрозділяється на окремі функції і якісні характеристики, кожна з яких оцінюється незалежно від інших (наприклад, у балах). На основі цих незалежних індивідуальних оцінок розраховується підсумковий показник ефективності та якості праці майбутнього керівника.

У процедурі оцінки ефективності трудової діяльності важливо вирішити два основні завдання:

- визначити, за якими критеріями і показниками слід проводити оцінку
- знайти спосіб визначення ефективності праці.

Проведені в цій області дослідження показують, що менеджерів трудових колективів доцільно оцінювати за такими критеріями:

- управлінської діяльності (постановка проблем, прийняття рішень, планування, прогнозування, зниження трудомісткості обробки управлінської інформації, механізація і автоматизація трудомістких процесів);
- професійної компетентності (знанням справи);

- ступеня володіння демократичними методами колективної роботи;
- особистими якостями (організаторськими здібностями).

Вивчення, наприклад, процесу праці директорів туристичних підприємств дозволило виділити найважливіші оцінювальні критерії їх праці:

- 1) виконання планових завдань;
- 2) виконавську дисципліну;
- 3) ерудицію;
- 4) якість виконуваних робіт;
- 5) творчу ініціативу;
- 6) участь у громадських заходах і якість їх виконання;
- 7) вимогливість до дотримання дисципліни праці;
- 8) контроль за результатами праці;
- 9) уміння користуватися своїми посадовими правами;
- 10) стиль керівництва;
- 11) вміння подолати конфліктні ситуації;
- 12) працьовитість, чесність;
- 13) уміння виховувати колектив, керувати людьми;
- 14) принциповість, діловитість, організованість;
- 15) витриманість, врівноваженість, вміння ладити з людьми;
- 16) повага до інших, чуйність, уважність, індивідуальність в підході до людей;
- 17) уміння планувати і розподіляти роботу;
- 18) уміння вести бесіду з клієнтами;
- 19) уміння ефективно використовувати робочий час і створювати трудову атмосферу;
- 20) ступінь інтелектуального розвитку.

Ранжування критеріїв можна виразити у відсотках або одиницях. З огляду на те, що значимість кожного критерію неоднакова, доцільно ввести коефіцієнти вагомості чинників, які розроблені на основі експертних оцінок за десятибальною системою:

- перший критерій-1
- другий критерій-8
- третій критерій-5
- четвертий критерій-10
- п'ятий критерій-7
- шостий критерій-6
- сьомий критерій-8
- восьмий критерій-7
- дев'ятий критерій-5
- десятий критерій-6

одинадцятий критерій-7
дванадцятий критерій-9
тринадцятий критерій-8
чотирнадцятий критерій-5
п'ятнадцятий критерій-6
шістнадцятий критерій-7
сімнадцятий критерій-9
вісімнадцятий критерій-8
дев'ятнадцятий критерій-10
двадцятий критерій-8

Підсумковий показник розраховується з допомогою інтегрального коефіцієнта, який можна обчислити як відношення суми добутоків критеріїв до коефіцієнтів їх вагомості:

$$E_{\text{п}} = (K_1 \times V_{\Phi 1} + K_2 \times V_{\Phi 2} + \dots + K_n \times V_{\Phi n}) : (V_{\Phi 1} + V_{\Phi 2} + \dots + V_{\Phi n}) \quad (4.1),$$

де $E_{\text{п}}$ – підсумковий показник ефективності та якості;

K_1, K_2, \dots, K_n – оцінний критерій (фактор) роботи претендента;

$V_{\Phi 1}, V_{\Phi 2} \dots V_{\Phi n}$ – коефіцієнти вагомості факторів (критеріїв).

Загальну оцінку можна висловити кількісно, використовуючи формулу:

$$y = 0,4 X_1 + 0,1 X_2 + X_3 \quad (4.2),$$

де X_1 – економічні спроможності претендента, бал;

X_2 – технічні здібності, бал;

X_3 – адміністративні (організаторські) спроможності, бал.

Отримані результати використовуються для накопичення банку даних про претендентів і формування оптимальної моделі керівника, а також для прогнозування успішності його діяльності. Головний сенс цієї роботи - отримати інформацію про доцільність і перспективність використання того чи іншого претендента на посаді керівника. Експертна оцінка завершується зіставленням отриманих результатів з нормативом (еталоном): наприклад, дуже розвинена якість – 7 балів, середньо – 4, слабо – 1 бал. Можна використовувати й іншу шкалу оцінки (табл. 4.2).

Таблиця 4.2 – Значення характерологічних ознак керівника колективу

Особисті та професійні параметри	Рівень показників			
	низький	середній	добрий	відмінний
Компетентність	3,0	5,0	6,0	7,0
Комунікабельність	2,0	4,5	6,5	7,0
Емоційна стійкість	2,5	4,0	6,0	6,5
Сміливість	2,0	4,0	5,5	6,0
Довіра	3,0	3,5	4,0	6,0
Наполегливість	2,0	4,0	6,0	6,5
Особиста привабливість	1,5	3,0	4,5	6,0
Вміння завчасно подбати про щось	2,0	3,0	4,0	6,0
Володіння мовою	2,0	4,0	5,0	5,5

Резюмуючи вищевикладене, можна констатувати, що:

- у процедурі оцінки персоналу застосовується система (комплекс) методів, що доповнюють один одного

- оцінюються результати праці і особистісні параметри. У зв'язку з цим використовуються особистісні та технічні засоби оцінки персоналу.

В групі особистих засобів особливу роль відіграє інтерв'ю

- співбесіда;

- технічні засоби оцінки персоналу мають дві спрямованості: по відношенню до посади і по відношенню до організації.

Експертна оцінка вимагає від експертів висотою кваліфікації і професіоналізму, адже вони повинні давати найбільш об'єктивну і незалежну оцінку претендентів.

Проведена процедура оцінки і нарешті з великої кількості кандидатів виявлено один, що отримав вищу оцінку і згода лінійного керівника прийняти цього претендента на роботу в туристичну фірму. Особливе значення на цьому етапі має укладення контракту. Слід мати на увазі, що обговорення контракту – частина процесу найму на роботу. Менеджер, що проводить співбесіду, повинен твердо знати, що може запропонувати фірма претенденту в майбутньому. Зазвичай термін «контракт» означає юридично оформлений двома сторонами договір між собою. Будь-який контракт на увазі, що хтось робить пропозицію, а хтось приймає його.

Зазначений документ повинен містити всі перераховані пункти і може адресувати працівника до інших документів.

Самостійна робота студентів

Набуття і закріплення знань з дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» неможливо без самостійної роботи студентів. Крім лекційних, практичних (семінарських) занять, тобто аудиторної роботи, з дисципліни передбачено виконання студентами таких видів самостійної роботи:

- 1) вивчення законодавчих, нормативних та інструктивних матеріалів;
- 2) вивчення додаткової літератури з окремих питань курсу;
- 3) підготовка до практичних (семінарських) занять;
- 4) виконання РГЗ;
- 5) підготовка до проміжного й підсумкового контролю.

При вивченні законодавчих, нормативних та інструктивних матеріалів студенту необхідно вести конспект першоджерел. Контроль за вивченням законодавчих, нормативних та інструктивних матеріалів здійснюють на практичних заняттях при перевірці конспектів першоджерел та при опитуванні на заняттях.

Самостійна робота студента за всіма видами контролюється викладачем під час опитування на практичних (семінарських) заняттях, при перевірці РГЗ, здійсненні проміжного контролю за змістовими модулями та підсумкового контролю з дисципліни (іспит) і враховується в оцінках на всіх рівнях контролю.

5 САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО АНАЛІЗУ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Проаналізувати якість послуг на прикладі існуючого туристського підприємства або розробленого раніше туроператорами турпродукту:

- визначити значимість для споживача окремих складових турпродукту;
- визначити акценти політики підприємства за складовими турпродукту;
- розрахувати ступінь задоволеності споживача складовими турпродукту та всім турпродуктом у цілому;
- провести аналіз турпродукту;
- запропонувати напрямки підвищення якості турпродукту.

На рисунку 5.1 представлений аналіз якості туристичних послуг підприємства як поетапний алгоритм.

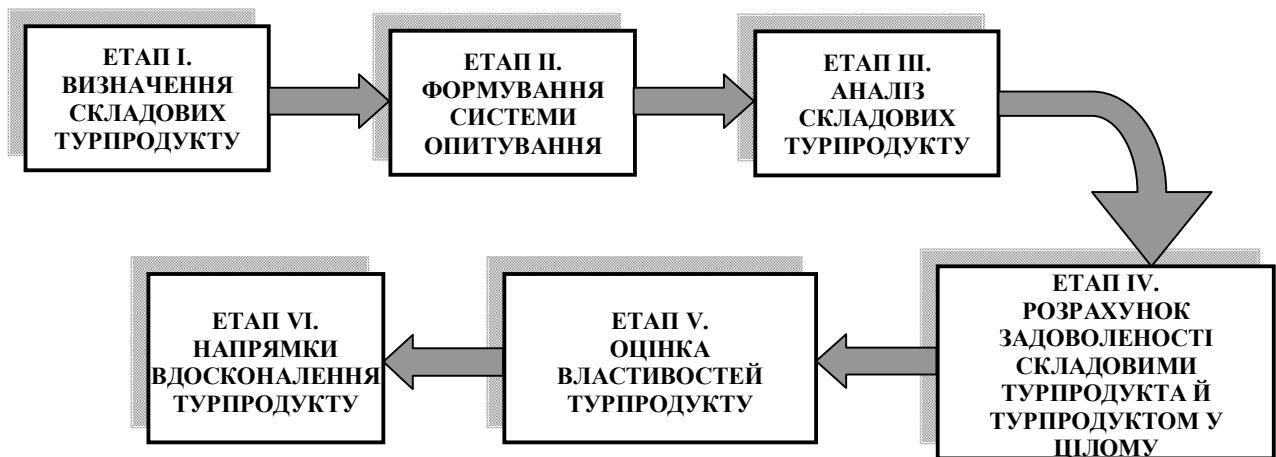


Рисунок 5.1 – Поетапний алгоритм аналізу якості туристичних послуг

На першому етапі алгоритм має на увазі визначення складових туристського продукту. Складові товару – це потреби, що задовольняються з його допомогою. Будь-який товар (послуга) задовольняє не одну потребу, а декілька.

Нижче наведені найбільш типові способи описів туристських послуг.

Схема оцінки, яка запропонована експертом № 1, організована в такий спосіб:

- 1) маршрут;
- 2) дні;
- 3) програма;
- 4) транспорт;
- 5) від'їзд/прибуття;
- 6) строк;
- 7) проживання;
- 8) харчування;
- 9) сервіс;
- 10) додаткові послуги;
- 11) вартість;
- 12) телефон;
- 13) фірма.

Схема оцінки, яка запропонована експертом № 2, організована в такий спосіб:

- 1) дата відправлення;
- 2) кількість днів/ночей;

- 3) транспорт;
- 4) трансфер;
- 5) умови проживання;
- 6) харчування;
- 7) програма тура;
- 8) ціна;
- 9) знижки;
- 10) строки оформлення;
- 11) примітка фірми;
- 12) назва фірми;
- 13) адреса, телефон.

У роботі експерту № 3 запропонована інша схема:

- 1) кількість днів;
- 2) ціна;
- 3) категорія готелю;
- 4) харчування;
- 5) знижка дітям;
- 6) фірма, телефони;
- 7) специфіка туру;
- 8) строки туру;
- 9) проживання;
- 10) спеціалізація лікування;
- 11) супровід;
- 12) сервіс, дозвілля.

Після проведення порівняльного аналізу структур опису, запропонованих експертами та періодичними виданнями й туристичними фірмами, а також типового для турфірм профілю послуг, розроблено наступну систему опису (табл. 5.1).

Таблиця 5.1 – Основні критерії опису туристичної послуги

Критерій опису	Пояснення
1	2
Маршрут, місце відпочинку	Кінцевий пункт(и) поїздки або маршрут
Дата відправлення	Конкретна дата або графік відправлень
Кількість днів/ночей	Час, займаний туром
Транспорт	Вид(и) транспорту до місця призначення
Трансфер (так/немає)	Доставка від/до транспорту

1	2
Готель	Рівень проживання в номерах
Харчування	Тип харчування, що входить у вартість
Програма тура	Опис заходів (графік)
Сервіс	Додаткові послуги
Ціна	Кінцева ціна туру
Знижки	Категорії осіб, що мають знижки
Строки оформлення	Необхідна кількість днів
Специфіка тура	Вид послуги
Назва фірми	Фірма-оператор

При відборі даних критеріїв була установка на «необхідну й достатню» кількість їх для зручності користування персоналом турфірми, здебільшого мало професійного в користуванні комп'ютером взагалі й базами даних зокрема. Результатом з'явилася сукупність 14 загальних факторів (12 унікальних), що дозволяють досить повно описати туристичну послугу.

При формування системи опитування, на другому етапі алгоритму моделі, вихідними даними для рішення оцінки складових компонентів є результати опитування потенційних споживачів, тобто метод побудований на експертному опитуванні. На основі попередньо визначених компонентів формується система опитування потенційних споживачів, у яку закладають наступні завдання: визначення значимості компонентів послуги (товару) для потенційного споживача й визначення відносини споживача до кожного з компонентів системи по чотирьох- і більше диференціальній шкалі. При формуванні системи опитування, по-перше, задається питання з метою визначення значимості параметрів. По-друге, питання про ступінь реалізації складової послуги для опитуваного клієнта. По-третє, у тій або іншій формі задається питання з метою визначення приналежності опитуваного до певного сегмента.

Результати опитування фіксуються в базі даних, наприклад в MS Access, фрагмент результатів нагромадження якої представлений у додатку А. Нагромадження результатів і їхня обробка можуть здійснюватися по розрахунковому базисі, представленому в III-IV етапах методу.

Оцінка значимості складових послуги. Очевидний принцип перерахування значень бази даних у відповідну вагу компонентів, наприклад це можна зробити простим підсумовуванням значень по всіх полях з наступною нормалізацією значень для кожного сегмента.

У результаті можна побачити значимість для споживачів тура окремих її складових. І на основі отриманого розподілу значимості між складовими зробити відповідні висновки:

1. Якщо формується новий продукт, то можливо визначення складових, які необхідно підсилити (приділити найпершу увагу при формуванні) у першу чергу.

2. Для існуючого продукту, у процесі реалізації комплексу його просування, можливе визначення акцентів рекламної компанії відносно пропонованого тура. Тут «залучення» і «естетика» мають найбільші значення ваги серед складових. Відповідно й акценти рекламної політики повинні ґрунтуватися на «підкресленні» того, наскільки привабливий тур з погляду залучення клієнтів і наскільки високий його естетичний рівень.

На четвертому етапі задоволеність складовими зробленої послуги перераховується з розрахункової бази даних аналогічно перерахуванню ваги: обчислюється сума по стовпчиках (по всіх складових послуги m1-m5), результат перерахування приводиться до візуально порівнянних значень від 0 до 1.

Оцінка складових турпродукту (u_{ij}) може бути проаналізована прямо: які складові «вдалися» у процесі проектування й позиціонування послуги.

Оцінка задоволеності турпродуктом у цілому (цей параметр називають «критерієм споживчої задоволеності» – КСЗ) розраховується з урахуванням відповідної ваги складовій:

$$U = \sum_{i,j} (W_{ij} * u_{ij}), \quad (5.1)$$

де W_{ij} – вага складової послуги по j-му сегменту;

u_{ij} – оцінка складової послуги по j-му сегменту.

КСЗ має сенс аналізувати тільки в порівнянні із КСЗ турпродуктів-конкурентів, або КСЗ інших послуг в асортименті, або розглядати значення показника в динаміці. Показник КСЗ сам по собі не має цінності - це порівняльний показник, відповідно, по цьому показнику можливо:

- 1) визначити рейтинг турпродукту серед турпродуктів-конкурентів;
- 2) визначити, який вплив на склад турпродукту був ефективним протягом часу;
- 3) зрівняти показник КСЗ в рамках пропонованих асортиментів турпродукту, установивши їх «рейтинг».

По кожній послугі з асортиментів, маючи ряд значень КСЗ (по одному на кожний сегмент для кожної послуги), можна провести попереднє сегментне позиціонування, яке б визначило найбільш удалий сегмент для пропозиції

дослідженої послуги. Критерієм такого позиціонування служить максимум задоволеності (максимум КСЗ), вираженої тому або іншому сегменту.

При оцінці властивостей послуги, які необхідно модернізувати, приймається в увагу, що якщо значення U (КСЗ) менше, ніж значення задоволеності товаром-конкурентом (U_k), то необхідне коректування споживчих властивостей послуги (значення коефіцієнтів задоволеності товарами-конкурентами визначається аналогічним способом по методу комплексної оцінки товарних систем). Для визначення споживчої властивості послуги, що вимагає найбільшої уваги при коректуванні, виділяють властивості з мінімальним значенням u_i ($u_1 = \min$) і максимальним значенням ваги W_i . При створенні формули для розрахунку «коефіцієнта необхідності коректування» як вихідні передумови було взято два затвердження, що логічно виникають із суті запропонованого методу:

1) чим більша вага компонента, тим більша необхідність коректування компонента;

2) чим більший критерій сумарної задоволеності, тим менша необхідність коректування компонента.

Таким чином, необхідність коректування компонента можна виразити:

$$NES_i = \frac{W_i}{u_i}, \quad (5.2)$$

де NES_i – коефіцієнт необхідності (або пріоритетності) коректування компонента послуги;

W_i – вага i -го компонента;

u_i – критерій споживчої задоволеності компонентом.

На шостому етапі здійснюється оцінка ефективності заходів щодо модернізації властивостей послуги. Після зміни властивостей послуги проводиться повторний аналіз споживчих властивостей і визначається ефективність коригувальних заходів, як різниця між (U) і досягнутим у результаті коректування (U'):

$$E = \frac{U' - U}{U}, \quad (5.3)$$

де E – ефективності заходів щодо модернізації властивостей послуги;

U' – значення КСЗ, досягнуте у результаті коректування;

U – початкове значення КСЗ.

Індексація ступеня задоволеності споживача дозволяє кількісно оцінити внесок різних складові якості в загальну думку споживача про якість

досліджуваного об'єкта. Для даної оцінки необхідно визначити важливість складових якості роботи з п'ятибальної системи й важливість компонентів якості по п'ятибальній системі в порядку убудування ступеня важливості.

Таблиця 5.2 – Важливість складових якості обслуговування по п'ятибальній шкалі

Ступінь задоволеності споживача якістю	Оцінка	Бал	Спосіб надання результату опитування по задоволеності
Повністю незадоволений	Погано	1	0
Незадоволений	Незадовільно	2	25
Нейтральний	Задовільно	3	50
Удоволений	Добре	4	75
Повністю вдоволений	Відмінно	5	100

Для виконання завдання у графі I «Важливість для споживача» (стовпчик 2) проранжуйте показники якості за ступенем важливості від 1 («дуже важливо») до 5 («зовсім не важливо»). В колонці 3 графі I оцініть кожен показник якості за 5-бальною шкалою.

У графі II «Оцінка якості» (стовпці 4-8) визначте кількість опитаних, які мають відповідну оцінку кожному з оцінюваних показників якості.

У графі III (стовпчик 9) загальна кількість опитаних, а в стовпці 10 - середнє значення оцінки по кожному показнику K_{cp_i} , розрахована за формулою (5.4):

$$K_{cp_i} = \frac{\sum K_i \times n_i}{N}, \quad (5.4)$$

де K_i – оцінка якості в балах (1, 2, 3, 4, 5) по кожному компоненту;

n_i – число респондентів, які поставили дану оцінку;

N – загальне число респондентів, які беруть участь в опитуванні.

У графі V (рядок 11) проранжуємо фактичні значення показників якості роботи підприємства.

Для визначення індексу задоволеності споживача J_i скористаємося формулою (5.5):

$$J_i = \sum n_i \times K_i, \quad (5.5)$$

$K_i = 1,0; 0,75; 0,50; 0,25; 0$ відповідно.

Запишіть дані розрахунку в графу V (стовпчик 12).

$K_i = 1,0; 0,75; 0,50; 0,25; 0$ відповідно.

Запишіть дані розрахунку в графу V (стовпчик 12).

Проаналізуйте отримані результати:

- вказати показники, які отримали найвищі оцінки (вище середнього значення);
- сформулювати пропозиції по поліпшенню показників, які отримали оцінки нижче середнього значення;
- порівняти фактичний індекс споживчої задоволеності з максимально можливим.

Вище були розглянуті принципи оцінки якості туристського продукту і його складових. Але в реальній практиці підприємницької діяльності доводиться мати справу з асортиментами послуг туристського продукту й управляти їх якістю. Тому необхідно розглянути принципи дослідження якості послуг туристського підприємства на основі прибутковості окремих складових асортиментів.

Сутність вибору асортиментів послуг тура можна викласти однією фразою: «прибуток турпродукту складається із прибутковості окремих послуг турпродукту». Для цього необхідно розглянути принципи дослідження прибутковості складових асортиментів турпродукту для ухвалення рішення про його склад. Отже, механізм розрахунку прибутку підприємства може бути розповсюджений на розрахунок прибутку, одержуваної від окремої послуги, адже по суті підприємство має прибуток від проданих послуг, а не від «функціонування підприємства»:

$$\Pi_y = B_y - Z_y, \quad (5.6)$$

де Π_y – значення прибутку, одержувана від продажу послуги в деякому проміжку часу;

B_y – виторг (або оборот) від продажу одного типу послуги в деякому проміжку часу;

Z_y – витрати на реалізацію розглянутої послуги.

Виторг від продажу однієї послуги розглядається як добуток кількості проданих послуг (N_y) на її ціну (C_y).

$$B_y = N_y * C_y, \quad (5.7)$$

де N_y – кількість проданих послуг;

C_y – ціна проданої послуги.

Витрати на даний тип послуги можуть бути визначені виходячи із загальних витрат усього підприємства в цілому й «собівартості виготовлення» (покупки додаткових складових, субпідрядників) послуги. Тобто можна умовно дорівняти всі непрямі витрати по функціонуванню підприємства (оренда приміщення, зарплата персоналу, інші витрати) між всіма послугами в рівній пропорції. Це можна зробити оскільки всі непрямі витрати рівною мірою (або не в рівною, а визначеною ваговим показником) служать просуванню кожної з послуг асортиментів:

$$Z_y = \frac{Z}{n} + C_y * N_y, \quad (5.8)$$

де Z – витрати на функціонування підприємства (постійні витрати);

n – кількість продаваних послуг, що перебувають в асортименті підприємства;

C_y – собівартість виготовлення (покупки) турпродукту.

Звичайно, необхідно відзначити, що в більше повному аналізі необхідно розглядати й динаміку прибутковості окремих товарів: не прибутковий сьогодні виріб може стати прибутковим завтра. Саме це і є обліком динаміки. Відповідно тепер ми маємо й адекватний механізм ухвалення рішення відносно складових асортиментів. Для того щоб говорити про систему важелів по керуванню прибутком асортиментного ряду послуг, необхідно згадати про систему ціноутворення на послугу, що може бути розглянута як одна із трьох стратегій пропозиції ціни на послугу. Проведені дослідження показали, що споживачі не завжди роблять раціональний вибір, ставлячи під питання абсолютність «раціональності споживача». Тому питання про призначення ціни досить тісно пов'язане з питанням про раціональність споживчого поведіння й визначається ознаками сегментування, типом цільового сегмента, характером просування й позиціонування на ринку, а самим характером послуги.

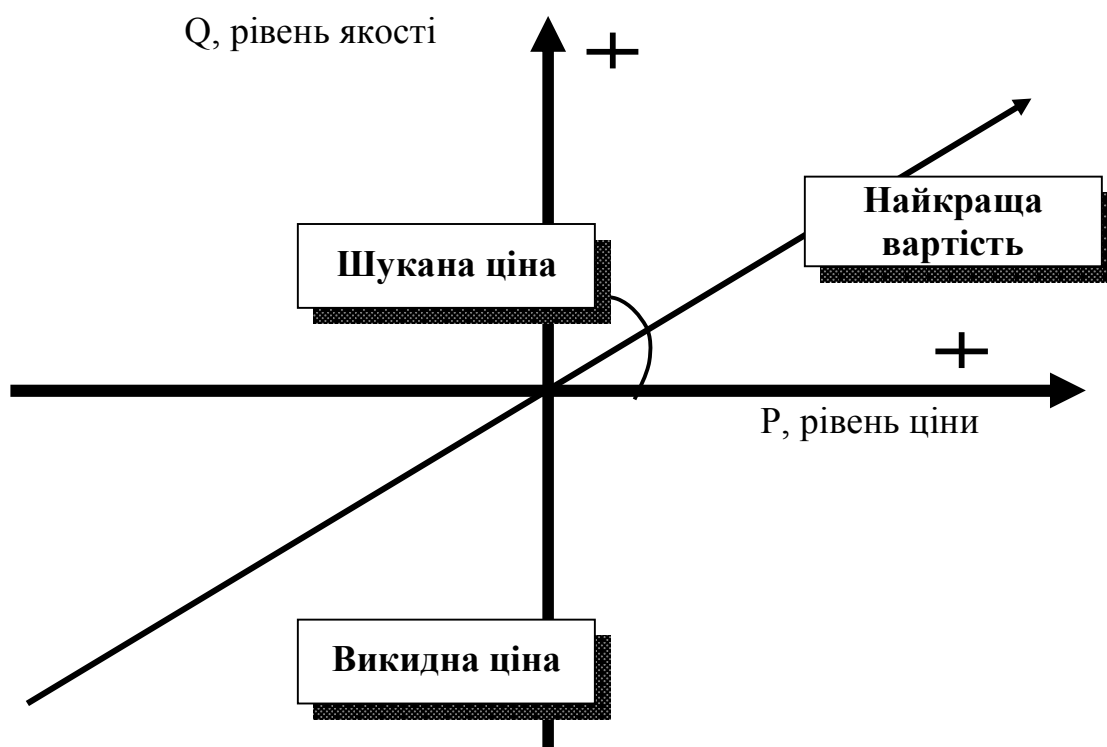


Рисунок 5.2 – Три стратегії вибору відносно ціни туристської послуги

Традиційно розрізняють три стратегії ціноутворення на послуги (рис. 5.2): «Найкраща вартість» (best value) опирається на теорію про раціональне поведіння споживача – вибирається торговельна марка з найменшою загальною вартістю й очікуваною якістю. Раціональні співвідношення ціни і якості; «Шукана ціна» (price-seek) опирається на дослідження завершеного продукту – вибирається як марка з максимальною ціною з метою максимізації очікуваної споживчої якості; максимізація якості й у слідство ріст ціни. «Викидна ціна» (price aversion) опирається на теорію, що досліджує ризики неприйняття товарів – вибирається марка з найменшою ціною з метою мінімізації поточних витрат. Мінімізація ціни за рахунок мінімізації якості.

Звідси, очевидні й важелі управління прибутком у товарному асортименті: зниження вартості в стратегії «викидної ціни» зі збільшенням обсягу продажів; збільшення ціни разом зі збільшенням якості при «найкращій вартості»; раціоналізація ціни і якості в стратегії «шукана ціна».

По сутності викладеного треба зробити висновок щодо рівня діяльності туристського підприємства, прибутковості окремих одиниць туристських послуг. А, отже, аналіз асортиментів турпослуг, з погляду їх прибутковості по окремих позиціях і, відповідно, оцінка цінової політики – це базис для грамотного економічно обґрунтованого поведіння підприємства на ринку, базис грамотного управління асортиментами послуг.

6 ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Змістовий модуль 1.1 Система управління якістю послуг підприємств в сфері туризму

1. Назвати параметри якості, які зазначені в системі управління якістю.
2. Дати характеристику якості послуг в туризмі.
3. Назвати напрями створення ефективної системи управління якістю послуг.
4. Визначити поняття стандарту, за яким повинні бути регламентовані туристські послуги.
5. Як поділяються стандарти за застосуванням.
6. Що собою являє інструмент, який гарантує відповідність якості послуг вимогам нормативно-правової документації та яка його мета.
7. Від чого захищає сертифікація туристський ринок.
8. Визначити як відповідає підвищення якості послуг на економічні показники підприємств в сфері туризму.
9. Назвати показники якості послуг, які впливають на основні складові показники та елементи розрахованого тур продукту.
10. Назвати фактори, які впливають на якісне обслуговування.
11. Назвати розходження основних принципів традиційного управління та систем управління якістю послуг.
12. Визначити послідовність дій щодо циклу управління якістю туристських послуг.
13. Який вітчизняний стандарт створено у відповідності до вимог Міжрегіональної гармонізації UN WTO.
14. Які виділяють теоретичні етапи управління якістю послуг.
15. Що розуміємо під управлінням якістю послуг.
16. При якій умові може бути досягнуто задоволеність споживача.
17. Які заходи необхідно урахувати щодо підвищення якості послуг.
18. Які основні критерії якості обслуговування.
19. Ефективний і високорентабельний туристський бізнес – це...
20. Що заважає постійному навчанню персоналу з вивчення нововведень в управління якості послуг.

Змістовий модуль 1.2 Проведення сертифікації послуг та підприємств в сфері туризму

1. У чому полягає сутність стандартизації?
2. Які основні цілі й завдання стандартизації у сфері туризму?
3. Які існують види стандартизації?
4. Які існують види стандартів?
5. Які основні завдання міжнародних організацій із стандартизації?
6. Назвіть провідні міжнародні організації із стандартизації.
7. До яких міжнародних організацій із стандартизації входить України?
8. Які організації входять до національної системи стандартизації?
9. Які основні стандарти України діють в галузі туризму?
10. Що позначає слово «сертифікація»?
11. Які організації можуть проводити сертифікацію?
12. Що таке сертифікат відповідності?
13. Яка основна мета сертифікації в туризмі?
14. Які існують види сертифікації?
15. В яких випадках проводиться обов'язком сертифікація?
16. Яка мета проведення додаткової сертифікації?
17. Які основні завдання державної системи сертифікації УкрСЕРПО?
18. Які організації входять до державної системи сертифікації УкрСЕРПО?
19. Які послуги у сфері туризму підлягають обов'язків сертифікації?
20. Який порядок проведення сертифікації готельних послуг?
21. Скільки існує схем сертифікації готельних послуг?
22. Які роботи можуть проводитися органам з сертифікації готельних послуг?
23. Для чого проводиться технічний нагляд за сертифікованими готельними послугами?
24. На який термін видається сертифікат відповідності готельних послуг?
25. В яких випадках може бути припинена дія сертифікату відповідності готельних послуг?
26. Який порядок проведення сертифікації послуг харчування?
27. Скільки існує схем сертифікації послуг харчування?
28. Які роботи можуть проводитися органом з сертифікації послуг підприємств в сфері туризму?
29. Для чого виконується технічний нагляд за сертифікованими послугами туристичних підприємств?

30. На який термін видається сертифікат відповідності послуг туристичних підприємств?
31. В яких випадках може бути припинена дія сертифікату відповідності послуг туристичних підприємств?
32. Як здійснюється контроль відповідності якості послуг підприємств в сфері туризму?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л. В. Баумгартен. – М. : КноРус, 2010. – 297 с
2. Вакуленко А. В. Управління якістю: Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т – К.: КНЕУ, 2004. – 168 с.
3. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: посібник / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 414 с.
4. Дехтярь Г. М. Лицензирование и сертификация в туризме / Дехтярь Г. М. М.: Финансы и статистика, 2006. – 256 с.
5. ДСТУ 2681-94 Державна система забезпечення єдності вимірювань. Метрологія. Терміни та визначення. Режим доступу: document.org.ua/dstu-2681-94-srrsdoc-srh1000168774.html
6. ДСТУ 3021-95 Випробування і контроль якості продукції. Терміни та визначення
7. ДСТУ 3651.0-97 Метрологія. Одиниці фізичних величин. Основні одиниці фізичних величин Міжнародної системи одиниць. Основні положення, назви та позначення
8. ДСТУ 3651.1-97 Метрологія. Одиниці фізичних величин. Похідні одиниці фізичних величин Міжнародної системи одиниць та позасистемні одиниці. Основні поняття, назви та позначення
9. ДСТУ ISO 10007:2005. Системи управління якістю. Настанови щодо керування конфігурацією ISO / А. Сухенко (пер.з англ.і наук.техн.ред.). – Вид. офіц. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – IV, 8 с. – (Національний стандарт України). – Бібліогр.: с. 7.
10. ДСТУ ISO 19011:2003. Настанови щодо здійснення аудитів систем управління якістю і (або) екологічного управління (ISO 19011:2002,IDT) / Л. К. Віткін (пер.та наук.-техн.ред.). – Офіц. вид. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – V, 24 с. : рис. – (Національний стандарт України).
11. ДСТУ ISO 9000:2007. Системи управління якістю ; Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT). – Вид. офіц. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – V, 29 с. – (Національний стандарт України).

12. ДСТУ ISO 9000-01. Система управління якістю. Принципи та поняття. – К.: Держстандарт України, 2001. – 36 с.
13. ДСТУ ISO 9001:2009. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2008, IDT). – Вид. офіц. – К. : Держспоживстандарт України, 2009. – VII, 26 с. – (Національний стандарт України).
14. ДСТУ ISO 9004-01. Система управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. – К.: Держстандарт України, 2001. – 52 с.
15. ДСТУ ISO/TR 10013:2003. Настанови з розроблення документації системи управління якістю (ISO/TR / В. Горопацький (пер. і наук.-техн. ред.). – Офіц. вид – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – IV, 11 с. – (Національний стандарт України).
16. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: Навч. посібник / Давидова О. Ю., Писареський І. М., Ладиженська Р. С. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 415 с.
17. Закон України «Про метрологію та метрологічну діяльність» // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2004, № 37, С. 449.
18. Зенкін А. С., Хімичева Г. І., Єфіменко Н. А., Соловйов В. М.. Стандартизація та управління якістю: навч. посібник / Черкаський національний ун-т ім. Богдана Хмельницького. – Черкаси : [Вид. від. ЧНУ ім. Б.Хмельницького], 2008. – 171 с.
19. Зіміна Г. К. Стандартизація систем управління якістю згідно стандартів серії ISO 9000:2000 (у схемах): Навч.-практ. посіб. – К. : Школа Адміністративного Управління Зіміної, 2003. – 255 с.: схеми – (Серія "Поширення досвіду лідерів якості").
20. Качанов В. С. Система управления качеством туристско-экскурсионного обслуживания: Учебное пособие. М.: ЦРИБ «Турист», Москва – 1988. – 91 с.
21. Кириченко Л. С. Стандартизація і сертифікація товарів та послуг: Підручник / Л. С.Кириченко, А. А.Самойленко. – Х.:Вид-во «Ранок», 2008. – 240 с.
22. Кислицин В. О. Розвиток системи управління якістю на підприємстві: [монографія] / НАН України; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2009. – 188 с.
23. Кривощоков В. І. Управління якістю та системи управління: Навч. посіб. / Кривощоков В. І., Друян В.М. – Донецьк : Норд-Прес, 2004. – 350 с.

24. Мороз О. В., Ткачук Л. М. Організаційно-економічні фактори управління якістю на підприємствах / Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005. – 137 с.

25. Програма та робоча програма навчальної дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» (для студентів 5 курсу денної форми навчання за напрямом підготовки 140103 – Туризм, фахове спрямування 7.14010301 – Туризмознавство) / Харків. нац. акад. міськ. госп-ва; уклад.: Ладигенська Р. С. – Х.: ХНАМГ, 2013. – 32 с.

26. Ребрин Ю. И. Управление качеством / Ю. И. Ребрин. – Т.: Изд-во ТРТУ, 2004. – 142 с.

27. Сенин В. С. Некоторые аспекты сертификации туристских услуг и услуг гостиниц: Метод. пособие. Метод. пособие / Сенин В. С., Баженова Т. А., Хорошилов А. В. ; М. : Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики, 1997. – 120 с.

28. Фокс М. Дж. Принципы и методы всеобщего руководством качеством. / пер. с англ. под общ. ред. проф. В. И. Азарова. – М.: Фонд «Европейский центр по качеству», 1999. – 105 с.

29. Шаповал М. І. Менеджмент якості.: Підручник. – К: Т-Во «Знання», КОО, – 2003. – 475 с.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань та самостійної роботи
з дисципліни

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст,
спеціальність 7.14010301 – Туризмознавство)*

Укладачі: **ПОЛЧАНІНОВА** Ірина Леонідівна
ЛАДИЖЕНСЬКА Раїса Семенівна

Відповідальний за випуск: *С. О. Погасій*

За авторською редакцією

Комп'ютерний набір: *І. Л. Полчанінова*

Комп'ютерне верстання: *А. А. Шипенко*

План 2013, поз. 420М

Підп. до друку 22.04.2013

Формат 60 x 84/16

Друк на різнографі

Ум. друк. арк. 1,9

Зам. №

Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@ksame.kharkov.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 4705 від 28. 03.2014 р.