

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня магістр
з спеціальності 8.14010301 – Туризмознавство)*

**Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2015**

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» (для студентів 5 курсу денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня магістр з спеціальності 8.14010301 – Туризмознавство) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: Р. С. Ладиженська. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 28 с.

Укладач: доц. Р. С. Ладиженська

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

1 Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 2,0	Галузь знань: <i>1401 – Сфера обслуговування</i>	Нормативна
	Напрямок підготовки 140103 – Туризмознавство	
Модулів – 1	Спеціальності (професійного спрямування)	Рік підготовки
Змістових модулів – 2		5-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – розрахунково-графічна робота		Семестр
Загальна кількість годин – 90		10-й
		Лекції
Тижневих годин: - аудиторних – 3; - самостійної роботи студента – 2	Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр	18 год.
		Практичні, семінарські
		36 год.
		Лабораторні
		-
		Самостійна робота
		36 год.
		Індивідуальні завдання:
		20 год.
		Вид контролю:
екзамен		

Примітка

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання 44% - 56%.

2 Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань із застосуванням інструментарію управління якістю та турпідприємствах у сфері туризму, а також набуття практичних навичок оцінки рівня якості послуг, розроблення та впровадження системи управління якістю.

Основними *завданнями* вивчення 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 врахуванням галузевої специфіки;
- дослідження проблем у галузі якості на підприємствах у сфері туризму та впровадження систем якості на підприємствах.

У результаті вивчення початкової дисципліни студент повинен:

знати:

- предметну сферу і методологічні принципи забезпечення якості;
- організаційно-економічні принципи якості;
- системи управління якістю на основі міжнародної стандартизації TQM;
- особливості оцінки результатів якості послуг;

вміти:

- здійснювати оцінки рівня якості туристичних послуг;
- застосовувати інструментарій управління якістю в діяльності підприємств у сфері туризму;
- проводити сертифікації послуг та підприємств у сфері туризму;
- розробляти, впроваджувати сертифікації систем якості;
- впроваджувати сучасні підходи щодо управління якістю;
- застосовувати методи та критерії оцінювання результативності та ефективності системи якості.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 2,5 кредити ECTS.

3 Програма навчальної дисципліни

ЗМ 1 Якість і конкурентоспроможність туристичних послуг

- 1.1 Наукові основи управління якістю послуг
- 1.2 Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг
- 1.3 Механізм і процес управління якістю послуг та підвищення їх конкурентоспроможності

ЗМ 2 Система управління якістю послуг підприємств у сфері туризму

- 2.1 Структура системи управління якістю послуг та основні елементи, які формують систему
- 2.2 Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг. Державна система стандартизації
- 2.3 Система сертифікації туристичних послуг
- 2.4 Ліцензування підприємств у сфері туризму
- 2.5 Ефективність управління якістю послуг підприємств у сфері туризму
- 2.6 Організація контролю якості туристичних послуг

4 Структура навчальної дисципліни

зі спеціальності: 8.14010301 – *Туризмознавство*

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	усього	у тому числі				
		лекції	практичні	лабораторні	індивідуальні	самостійна робота
1	2	3	4	5	6	7
Модуль: Управління якістю туристичних послуг						
Змістовий модуль 1 <i>Якість і конкурентоспроможність туристичних послуг</i>						
1.1 Наукові основи управління якістю послуг	10	2	4	-	-	4
1.2 Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг	10	2	4	-	-	4

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7
1.3 Механізм і процес управління якістю послуг та підвищення їх конкурентоспроможності	10	2	4	-	-	4
Разом за змістовим модулем 1	30	6	12	-	-	12
Змістовий модуль 2 Система управління якістю послуг підприємств у сфері туризму						
2.1. Структура системи управління якістю послуг та основні елементи, які формують систему	10	2	4	-	-	4
2.2 Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг. Державна система стандартизації	10	2	4	-	-	4
2.3 Система сертифікації туристичних послуг	10	2	4	-	-	4
2.4 Ліцензування підприємств у сфері туризму	10	2	4	-	-	4
2.5 Ефективність управління якістю послуг підприємств у сфері туризму	10	2	4	-	-	4
2.6 Організація контролю якості туристичних послуг	10	2	4	-	-	4
Разом за змістовим модулем 2	60	12	24	-	-	24
Усього годин	90	18	36	-	-	36
ІНДЗ (розрахунково-графічна робота)	20	-	-	-	20	-
Усього годин	90	18	36	-	20	36

5 Теми практичних занять

з спеціальності: 8.14010301 – Туризмознавство

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)
1	Наукові основи управління якістю послуг	4
2	Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг	4
3	Механізм і процес управління якістю послуг та підвищення їх конкурентоспроможності	4
4	Структура системи управління якістю послуг та основні елементи, які формують систему	4
5	Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг. Державна система стандартизації	4
6	Система сертифікації туристичних послуг	4
7	Ліцензування підприємств у сфері туризму	4
8	Ефективність управління якістю послуг підприємств у сфері туризму	4
9	Організація контролю якості туристичних послуг	4
	Разом	36

6 Самостійна робота

з спеціальності: 8.14010301 – Туризмознавство

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна форма)
1	2	3
1	Наукові основи управління якістю послуг	4
2	Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг	4
3	Механізм і процес управління якістю послуг та підвищення їх конкурентоспроможності	4
4	Структура системи управління якістю послуг та основні елементи, які формують систему	4
5	Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг. Державна система стандартизації	4

Продовження таблиці

1	2	3
6	Система сертифікації туристичних послуг	4
7	Ліцензування підприємств у сфері туризму	4
8	Ефективність управління якістю послуг підприємств у сфері туризму	4
9	Організація контролю якості туристичних послуг	4
	Разом	36

7 Індивідуальні завдання

Розрахунково-графічна робота (РГР) виконується з метою закріплення, поглиблення і узагальнення знань, отриманих студентами за час навчання та набуття практичних навичок, їх застосування при вирішенні завдань з Управління якістю туристичних послуг. **За змістом індивідуальні завдання** є письмовою формою роботи студентів, які, спираючись на теоретичні знання дисципліни, розробляють план, використовують літературу з теми і оформляють текст за відповідними вимогами.

Розрахунково-графічну роботу студент виконує індивідуально за варіантами. Варіант роботи вибирається студентом відповідно до останньої цифри залікової книжки з тематики контрольних робіт з Управління якістю туристичних послуг. (За погодження з викладачем, студент може запропонувати свою тему роботи).

Теми

1. Якість як складовий елемент конкурентоспроможності на туристському ринку.
2. Основні напрямки діяльності України у сфері якості.
3. Ключові аспекти системи управління якістю туристських послуг.
4. Процеси управління якістю на стадії маркетингових досліджень ринку туристських послуг.
5. Управління якістю на стадії розробки та впровадження туристського продукту.
6. Аналіз якості туристських послуг і процеси системи управління їх якістю.
7. Провести експертну кваліфікації якості персоналу та надати рекомендації щодо вибору претендента на керівну посаду туристичного підприємства.
8. Організація процесу виробництва туристичних послуг. Визначення експертним методом коефіцієнта вагомості показників якості складових розробленого нового виду туру.

9. Порядок і правила сертифікації послуг підприємств у сфері туризму.
Порядок ліцензування підприємств сфери туризму.

10. Сертифікація як основний гарант якості та безпеки туристських послуг.

Індивідуальне 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 кваліфікаційної якості 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 туристичного підприємства.

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, рівноваженість, 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:

$$E_n = (K_1 \times V_{\Phi_1} + K_2 \times V_{\Phi_2} + \dots + K_n \times V_{\Phi_n}) : (V_{\Phi_1} + V_{\Phi_2} + \dots + V_{\Phi_n}),$$

де E_n – 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:

$$y = 0,4 X_1 + 0,1 X_2 + X_3,$$

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.

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 щодо інтерв'ю вимагає від експертів високої 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, - все це впливає на якість роботи.

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

8 Самостійна робота студентів. Види самостійної роботи студентів з надання рекомендацій щодо аналізу якості туристичних послуг

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 основної та додаткової літератури з окремих питань курсу;
- 3) підготовка до практичних (семінарських) занять;
- 4) виконання РГР;
- 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 РГР, здійсненні проміжного контролю за змістовими модулями та підсумкового контролю з дисципліни (іспит) і враховується в оцінках на всіх рівнях контролю.

Надання рекомендацій з аналізу якості туристичних послуг.

При проведенні аналізу якості послуг на прикладі існуючого туристського підприємства або розробленого нового виду турпродукту необхідно:

- 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 1 представлено аналіз якості туристичних послуг підприємства як поетапний алгоритм.

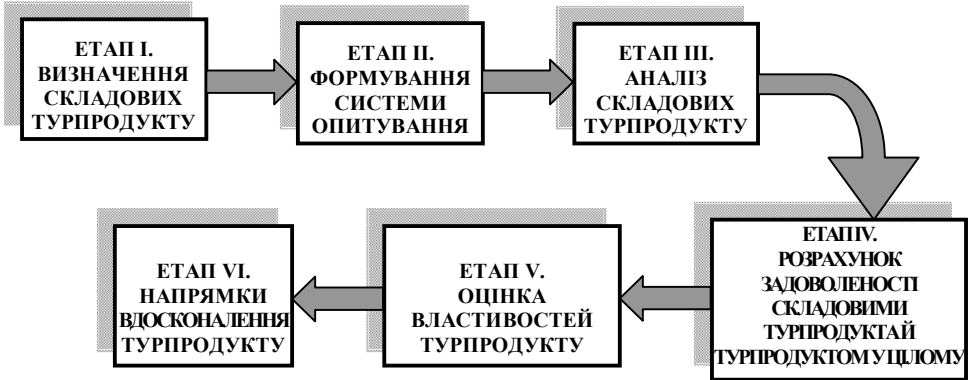


Рисунок 1 – Поетапний алгоритм аналізу якості туристичних послуг

На першому етапі алгоритм має на увазі визначення складових туристського продукту. Складові товари – 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:

Основні критерії опису туристичної послуги

Критерій опису	Пояснення
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

Продовження таблиці

Критерій опису	Пояснення
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 формуванні 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 у базі даних. 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:

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

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 пропонуваніх асортиментів турпродукту, установивши їх «рейтинг».

По кожній послуді з асортиментів, маючи ряд значень КСЗ (по одному на кожний сегмент для кожної послуди), можна провести попереднє сегментне позиціонування, яке б визначило найбільш удалий сегмент для пропозиції дослідженої послуди. Критерієм такого позиціонування служить максимум задоволеності (максимум КСЗ), вираженої тому або іншому сегменту.

При оцінці властивостей послуди, які необхідно модернізувати, приймається в увагу, що якщо значення U (КСЗ) менше, ніж значення задоволеності товаром-конкурентом (U_k), то необхідне коректування споживчих властивостей послуди (значення коефіцієнтів задоволеності товарами-конкурентами визначається аналогічним способом по методу комплексної оцінки товарних систем). Для визначення споживчої властивості послуди, 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 сугі 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:

$$NES_i = \frac{W_i}{u_i},$$

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

W_i – вага і-го компонента;

u_i – критерій споживчої задоволеності компонентом.

На шостому етапі здійснюється оцінка ефективності заходів щодо модернізації властивостей послуди. Після зміни властивостей послуди проводиться повторний аналіз споживчих властивостей і

визначається ефективність коригувальних заходів, як різниця між (U) і досягнутим у результаті коректування (U'):

$$E = \frac{U' - U}{U},$$

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.

Важливість складових якості обслуговування по п'ятибальній шкалі

Ступінь задоволеності споживача якістю	Оцінка якості	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

Заповнити результати опитування задоволеності споживачів.

Для виконання завдання у графі I «Важливість для споживача» (стовпчик 2) проранжируйте 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:

$$K_{cp_i} = \frac{\sum K_i \times n_i}{N},$$

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) проранжируємо фактичні значення показників якості роботи підприємства.

Для визначення індексу задоволеності споживача J_i скористаємося формулою:

$$J_i = \sum n_i \times K_i.$$

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

Результати опитування задоволеності споживачів

Основні складові	Важливість для споживачів		Оцінка якості					Загальна сума	Середнє значення оцінки якості	Індекс споживчої задоволеності, %	
	Бі	$B_i/\sum B_i*100$	5	4	3	2	1			Уі	$U_i/\sum U_i*100$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Разом											
Середнє значення											
Накопичене (інтегральне) значення середнього											
Середнє значення оцінки роботи й відповідного ступеня споживчої задоволеності											

Сутність вибору асортиментів послуг тура можна викласти однією фразою: «прибуток турпродукту складається із прибутковості окремих послуг та складових 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».

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.

9 Запитання для самоконтролю

Змістовий модуль 1.1 Якість і конкурентоспроможність туристичних послуг

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. Що означає конкурентоспроможність турпослуг та туристському ринку.
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 управлінні якістю послуг.

Змістовий модуль 1.2 Система управління якістю послуг підприємств у сфері туризму

1. Що входить до системи управління якістю турпослуг?
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 УкрСЕПРО?
18. Які організації входять до державної системи сертифікації УкрСЕПРО?
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?

Розрахунково-графічна робота складається з: титульного аркуша, змісту, вступу, основної частини, висновків, списку літератури, додатків. Обсяг РГР – до одного умовно-друкованого аркушу (23 сторінки 14 кеглем, 1,5 інтервалом комп'ютерного набору) формату А4.

Формою підсумкового контролю є захист індивідуального завдання.

10 Методи навчання

Теоретичні, розрахункові і практичні положення дисципліни вивчаються студентом в процесі роботи над лекційним курсом, при виконанні самостійної роботи з навчальною літературою.

Вивчення дисципліни «Управління якістю туристичних послуг» базується на знанні циклу загальноосвітніх і загальнонаукових дисциплін: особливо економічної теорії, економіки туризму, а також на знаннях і уміннях, отриманих студентами в процесі проходження виробничої практики.

Окремі теми дисципліни вивчаються з різним ступенем поглиблення та деталізації, що передбачено цією робочою програмою. Поточний модульний контроль проводиться методом виконання студентами письмових модульних контрольних робіт.

Остаточна оцінка знань студентів з дисципліни – інтегральна (100-бальна).

11 Методи контролю

Методи контролю знань студентів:

1. Проміжні методи контролю по темах (усне опитування, тестові завдання) з визначенням кількості балів, які можна отримати за кожну тему та за модуль в цілому, в цілому передбачають 100-бальну систему оцінювання.

2. Виконання розрахунково-графічної роботи.

3. Екзамен – підсумковий тест для напряму підготовки 8.140103 – Туризмознавство.

12 Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										РГР	Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2									
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9				
6	6	6	3	3	4	4	4	4	4	20	40	100

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка за національною шкалою	Визначення назви за шкалою ECTS	ECTS оцінка	% набраних балів
1	2	3	4
Відмінно	<i>Відмінно</i> – відмінне виконання лише з незначними помилками	A	більше 90 – 100
Добре	<i>Дуже добре</i> – вище середнього рівня з кількома помилками	B	більше 82 – 89 включно
	<i>Добре</i> – загалом правильна робота з певною кількістю грубих помилок	C	більше 74 – 81 включно
Задовільно	<i>Задовільно</i> – непогано, але зі значною кількістю недоліків	D	більше 64 – 73 включно
	<i>Достатньо</i> – виконання задовольняє мінімальні критерії	E	більше 60 – 63 включно
Незадовільно	<i>Незадовільно*</i> – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти тест	FX	більше 35 – 59 включно

Продовження таблиці

1	2	3	4
	<i>Незадовільно</i> – необхідна серйозна подальша робота з повторним вивченням змістового модуля	F	від 0 – 34 включно

Рекомендовані джерела**Основні**

1. Про стандартизацію: Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 2001 – № 31. – с. 145.
2. Про підтвердження відповідності: Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 2001 – № 32. – с. 169.
3. Всеобщее управление качеством: учебник / под ред. О. П. Гудкина. – М.: Горячая линия, 2001.
4. 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.
5. Окрепилов В. В. Управление качеством: учебник / В. В. Окрепилов. – М.: Экономика, 2000. – 639 с.
6. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості.: навч. посіб. / О. І. Момот. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
7. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. – К.: КНТЕУ, 2006.– 234 с.
8. Шаповал М. І. менеджмент якості: підручник / М. І. Шаповал. – К.: Знання; КОО, 2007. – 457 с.

Додаткові

1. ДСТУ 3410-96. Система сертифікації УкрСЕПРО. Основні положення: чин. від 04.01.1997 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 28 с.
2. ДСТУ 3419-96. Система сертифікації УкрСЕПРО. Сертифікація систем якості. Порядок проведення: чин. від 04.01.1997 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 34 с.
3. ДСТУ 1.1–2001. Стандартизація та суміжні види діяльності. Терміни та визначення основних понять: чин. від 01.07.2001 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 26 с.
4. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.

5. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.

6. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: Від 28.02.06. – К.: Держспоживстандарт України, 2006.

7. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення і словник: чин. від 10.01.2001 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 27 с.

8. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги: чин. від 10.01.2001 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 23 с.

9. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. Вимоги: чин. від 10.01.2001 р. – К.: Держстандарт України, 2001. – 44 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

2. Офіційний сайт Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua>

3. Офіційний сайт Державної агенції по туризму і курортам України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>

4. Офіційний сайт з питань ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.restcon.ru>

5. Сайт з інформацією про краєзнавство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.ru>

6. Сайт про міста і країни світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.strani.ru>

7/ Сайт з інформацією про кращі готелі світу, віртуальний турист – довідки про всі країни світу (карти, історія, культура, природні умови) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.top-hotel.ru>, <http://www.world-v-tourism.com>

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни

**УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

*(для студентів 5 курсу денної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня магістр
з спеціальності 8.14010301 – Туризмознавство)*

Укладач: **ЛАДИЖЕНСЬКА** Раїса Семенівна

Відповідальний за випуск: *С. О. Погасій*

За авторською редакцією

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

План 2013, поз.421М

Підп. до друку 24.02.2014

Друк на різнографі.

Зам. №.

Формат 60x84/16

Ум. друк. арк. 1,7

Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:

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

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 4705 від 28.03.2014 р.