


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«27» января 2022 г., протокол № 5
Заведующий кафедрой
 И.Ю. Пономарева

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к самостоятельной работе студента
по дисциплине (модулю)**

***«УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА»***

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата
по направлению подготовки
43.03.03 Гостиничное дело**

**с направленностью (профилем)
Гостиничная деятельность**

Форма(ы) обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430303-01-22

Тула 2022 год

Разработчик(и) методических указаний

Королев А.В., доцент каф. ТИГ , к.т.н, доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Содержание

1 Цели и задачи дисциплины	4
2 Выполнение контрольно-курсовой работы	4
3 Темы для самостоятельного изучения	5
3.1 Показатели качества как основная категория оценки потребительских ценностей	5
3.2 ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги.....	11
4 Задание для самостоятельной работы студентов.....	16
5 Задача по калькуляции затрат на качество	18
Библиографический список рекомендуемой литературы.....	18

1 Цели и задачи дисциплины

Курс является одним из базовых курсов для студентов, обучающихся по представленным специальностям. Цель дисциплины – предоставить будущим специалистам основные положения теории и практики по организации управления качеством обслуживания на предприятиях туризма. Работа по обеспечению качества должна организовываться постоянно действующей системой менеджмента качества, основанной на современных международных тенденциях и соответствующей рекомендациям стандартов ИСО серии 9000. Задача дисциплины – привить студентам качества и навыки управления предприятием, научить разрабатывать системы качества соответственно ИСО 9000 и внедрять их в производство, организовывать работу систем качества, уметь строить отношения между потребителем и производителем товаров и услуг. В результате изучения дисциплины студент должен уметь разрабатывать стратегию управления качеством, знать основные принципы управления качеством, владеть терминологией, методики оценок управления качеством.

2 Выполнение контрольно-курсовой работы

Контрольно-курсовая работа должна содержать теоретическую часть, раскрывающую тему, математический расчет, самостоятельные выводы студента относительно предмета исследования и приложения.

Объем работы не менее 15 страниц.

ККР является одной из форм самостоятельной работы студента и требует обязательной защиты. Положительная оценка работы является основанием для допуска к зачету по дисциплине.

ККР выполняется в соответствии с заданной тематикой и требованиями. Требования предоставляются студентам в виде методического пособия.

Студент при описании объекта исследования своей работы должен использовать дополнительные литературные источники, кроме рекомендованных, а также статистический материал, который оформляется в виде графиков, таблиц, схем и представляется или непосредственно в тексте или в приложении.

Темы ККР студенты согласовывают с преподавателем.

Перечень основных (типовых) тем:

- управление качеством в турфирме
- управление качеством в ресторане
- управление качеством в кафе
- управление качеством в экскурсионном бюро
- управление качеством в гостинице, отеле, мотеле
- управление качеством на предприятии по производству...
- управление качеством в магазине
- управление качеством на турбазе

- управление качеством в доме отдыха
- управление качеством в клубе
- управление качеством в образовательном учреждении.

3 Темы для самостоятельного изучения

3.1 Показатели качества как основная категория оценки потребительских ценностей

Сегодня на рынке большое количество разнообразной продукции (товаров и марок) с самыми различными ценами на кажущиеся (покупателю) одинаковые товары и в тоже время одинаковыми ценами на товары, явно, по мнению покупателя, этим ценам не соответствующие. Каждый потребитель выбирает тот товар, который для него представляет наибольшую ценность, исходя из своего представления о качестве товара, его цене и возможных затратах на эксплуатацию. Получается, что потребительская ценность товара не является одинаковой для всех покупателей, она сугубо индивидуализирована, хотя в своей массе, согласно законам математической статистики, средневзвешенная рыночная ценность товара всегда приближается к истинной его потребительской стоимости.

Итак, какие же факторы определяют ценность продукции? Потребительская ценность продукции зависит не только от эксплуатационных показателей качества, но и от целого ряда других потребительских ценностей, прямо или косвенно характеризующих продукцию.

Все потребительские ценности можно условно классифицировать по нескольким категориям, отличающимся друг от друга временными факторами действия: базовые, постоянные, временные ценности, сопутствующие, привнесенные, универсальные.

Базовые ценности – это потребительские ценности, заложенные в продукцию на этапе проектирования и характеризующиеся эксплуатационными показателями качества, к которым относятся показатели назначения (функциональные), надежности (безотказность, долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость), технической эстетики (целостность композиции, совершенство товарного вида), экологические (физические, химические, микробиологические), эргономические (соответствие эргономическим требованиям в рабочей зоне), патентно-правовые (патентная чистота, патентная защита), безопасности и транспортабельности.

Перечисленные показатели характеризуют продукцию на протяжении всего ее жизненного цикла. Они могут совершенствоваться, изменяться, но их начальная номенклатура не меняется. Эти показатели определяют базовое потребительское качество, которое является основой для сравнения с продукцией конкурентов.

К базовым ценностям относится и себестоимость продукции, характеризующая производственно-технологическую базу предприятия-изготовителя и его ресурсный потенциал. Себестоимость изготовления продукции фактически является суммой затрат на создание и реализацию продукции с заданными базовыми показателями качества, т.е. имеет место высокая корреляция между базовым качеством изделия и себестоимостью его изготовления.

Постоянные, временные, сопутствующие и привнесенные потребительские ценности дополняют базовые. Дополнительные ценности не изменяют базового качества, заложенного при проектировании продукции, но усиливают или оттеняют его действие в глазах потребителя, что выражается в повышении потребительской стоимости продукции.

Постоянные ценности – это такие дополнительные потребительские ценности, которые действуют на протяжении всего жизненного цикла продукции, но имеют к базовым ценностям не прямое, а косвенное отношение. Например, имидж фирмы-изготовителя продукции, престиж магазина, сертификат на систему качества, популярность торговой марки и т.д. Эти ценности имеют различный рейтинг. Их воздействие на покупателя позволяет намного увеличить потребительскую стоимость продукции. В отдельных случаях влияние только этих ценностей обеспечи-

вает долговременную ликвидность продукции, даже если она по базовым показателям уступает конкурентам. Имидж фирмы, например, действует также как подпись известного художника.

Временные ценности – дополнительные ценности, имеющие прямое отношение к виду и качеству продукции, но действующие временно, иногда сезонно, обычно меньше жизненного цикла товара: новизна, мода, престиж. Эти ценности, как правило, на какое-то время позволяют держать ударные цены на продукцию. Идеально когда жизненный цикл товара соразмерен с длительностью действия временных ценностей. Временные ценности реализуются потенциальной возможностью наценки к себестоимости товара, убывающей во времени (в связи с его моральным износом).

Сопутствующие ценности – дополнительные потребительские ценности, не связанные с продукцией непосредственно, но облегчающие или затрудняющие условия ее приобретения или эксплуатации: сезонный спрос на продукцию, уровень инфляции (для экспортируемых или импортированных товаров). Сопутствующие ценности могут как способствовать ликвидности продукции, так и затруднять ее реализацию. Наценка к продукции за счет действия сопутствующих ценностей может значительно колебаться во времени.

Привнесенные ценности – информационные ценности: реклама, выставки, конкурсы, которые сами по себе не имеют ни прямого, ни косвенно отношения к продукции, но за счет новой или повторяющейся информации о ценностях, имеющих отношение к продукции, значительно увеличивают ее потребительскую стоимость в глазах многих покупателей. К привнесенным ценностям также относятся слухи, мнения, жизненный опыт. Воздействие привнесенных ценностей может быть как временным, так и постоянным (например, реклама). Привнесенные ценности во времени действуют аналогично сопутствующим. Колебательный характер наценки вызван ослаблением во времени воздействия информационных мероприятий (до ее возобновления).

Большая часть продукции, как правило, не имеет дополнительных потребительских ценностей. Особенно это относится к материалам, полуфабрикатам, комплектующим изделиям, ценность которых профессионально оценивается потребителями по базовым характеристикам, поэтому их стоимость на рынке может быть с большой вероятностью спрогнозирована еще в период разработки. Так как дополнительные ценности выражаются наценкой к себестоимости, то долю этой наценки можно считать рентабельностью продукции за счет конкретной потребительской ценности.

Универсальные ценности – рыночная стоимость продукции или цена. Цена – главная ценность, которая, как зеркало, адекватна потребительским свойствам, но с какой-то погрешностью, вызванной стохастическим характером зависимости цены и качества. Вместе с этим цена, какой бы ни была продукция, имеет универсальную размерность (в денежном выражении), т.е. по ней можно сравнивать ценность разных по виду и качеству изделий.

Успешное продвижение на рынок нового изделия во многом будет зависеть от правильного учета всех факторов, влияющих на ликвидность продукции, и особенно от возможности предприятия-изготовителя выявить или сформировать дополнительные потребительские ценности, усиливающие базовое качество продукции.

Итак, из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что показатели качества, являющиеся основной категорией потребительских ценностей, создают базу (основу) для формирования цены, себестоимости продукции в зависимости от ее первоначального качества. На основе базовых ценностей (показателей качества) формируются все последующие ценности, входящие в состав потребительской ценности продукции. Лишь некоторые не имеют никакой связи с базовыми ценностями, они были отмечены выше.

Количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, называется *показателем качества продукции*.

Высокое качество изделий предопределяется различными факторами, основными из которых являются:

- факторы технического характера (конструктивные, технологические, метрологические и т.д.);
- факторы экономического характера (финансовые, нормативные, материальные и т.д.);

– факторы социального характера (организационные, правовые, кадровые и т.д.).

Совокупность показателей качества продукции можно классифицировать по следующим признакам:

- ✓ по количеству характеризующих свойств (единичные, комплексные и интегральные показатели);
- ✓ по отношению к различным свойствам продукции (показатели надежности, технологичности, эргономичности и др.);
- ✓ по стадии определения (проектные, производственные и эксплуатационные показатели);
- ✓ по методу определения (расчетные, статистические, экспериментальные, экспертные показатели);
- ✓ по характеру использования для оценки уровня качества (базовые и относительные показатели);
- ✓ по способу выражения (размерные показатели и показатели, выраженные безразмерными единицами измерения, например, баллами, процентами).

Показатель качества продукции, характеризующий одно из ее свойств, называется *единичным показателем качества продукции* (например, мощность, калорийность топлива и т.д.).

Относительный показатель качества продукции – отношение значения показателя качества продукции к соответствующему (то есть принятому за исходное) значению, выражается в безразмерных числах или процентах и вычисляется по формуле

$$K_i = \bar{P}_i / \bar{P}_{iб},$$

где K_i – относительный показатель качества;

\bar{P}_i – значение единичного показателя качества оцениваемой продукции;

$\bar{P}_{iб}$ – значение единичного базового показателя качества.

При применении *комплексного метода* применяют комплексный показатель качества, который определяется путем сведения воедино отдельных показателей с помощью коэффициентов весомости каждого показателя. При этом может быть использована функциональная зависимость:

$$K = f(n, b_i, k_i), \quad i = 1, 2, 3, \dots, n_i,$$

где K – комплексный показатель качества продукции;

n – число учитываемых показателей;

b_i – коэффициент весомости i -го показателя качества;

k_i – i -й показатель качества (единичный или относительный).

Алгоритм расчета комплексного показателя качества приведен на рис. 3. Для определения номенклатуры показателей качества, коэффициентов весомости и вида функциональной зависимости f применяются опытно-статистические и экспертные методы.

Комплексный показатель качества продукции – это показатель, характеризующий несколько ее свойств. Например, K_{Γ} – коэффициент готовности

$$K_{\Gamma} = \frac{T}{T - T_{\text{в}}},$$

где T – наработка изделия на отказ (показатель безотказности);

$T_{\text{в}}$ – среднее время восстановления (показатель ремонтпригодности), т.е. K_{Γ} характеризует два свойства изделия – безотказность и ремонтпригодность.

В свою очередь

$$T_{\text{в}} = T_{\text{о}} + T_{\text{у}},$$

где $T_{\text{о}}$ – среднее время, затрачиваемое на отыскание отказа;

$T_{\text{у}}$ – среднее время, необходимое для устранения отказа.

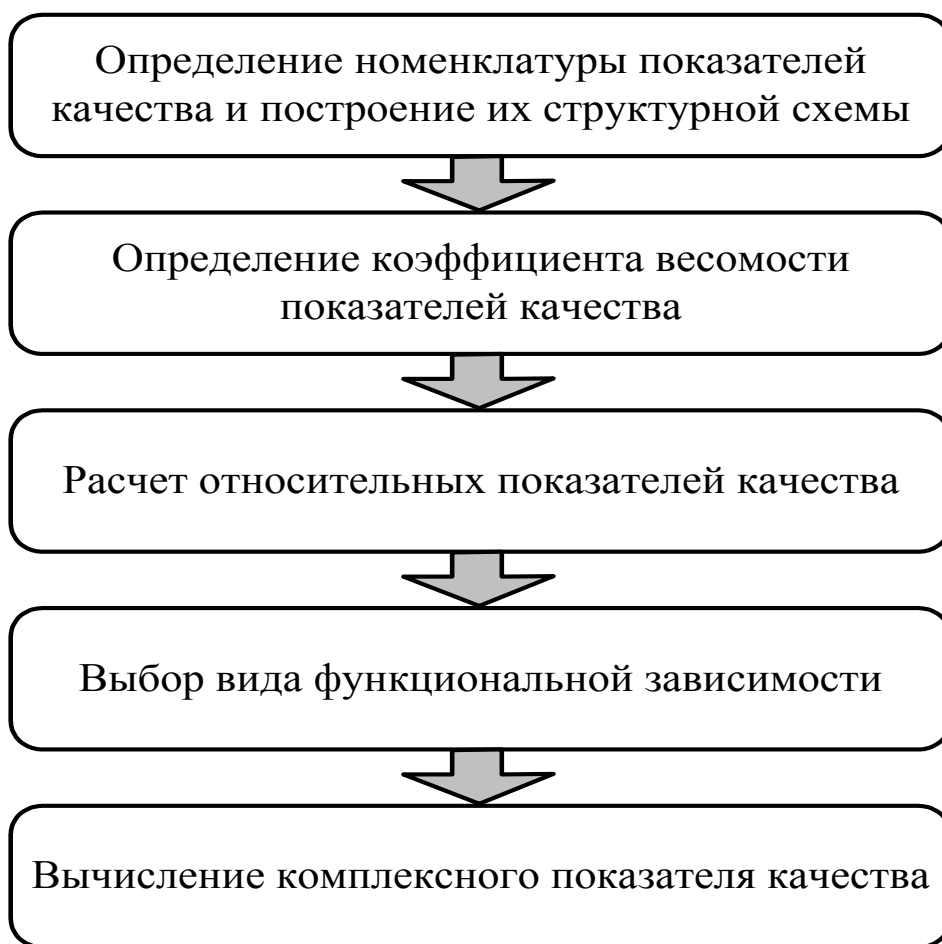


Рис. 3 Алгоритм расчета комплексного показателя качества

Таким образом, ремонтпригодность – сложное свойство изделия по отношению к T_O и T_Y . Следовательно, относительно коэффициента готовности K_T показатель T_B можно рассматривать как единичный, а относительно T_O и T_Y – как комплексный.

Интегральный показатель качества продукции – отношение суммарного полезного эффекта от эксплуатации или потребления продукции к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию или потребление.

$$И = \frac{\mathcal{E}}{З_C + З_{\mathcal{E}}} \text{ эффект/руб,}$$

где \mathcal{E} – суммарный полезный эффект от эксплуатации продукции (срок полезного использования холодильника, пробег грузового автомобиля в тонно-километрах за срок службы до капитального ремонта и т.д.);

$З_C$ – суммарные затраты на создание продукции (разработка, изготовление, монтаж и другие единовременные затраты);

$З_{\mathcal{E}}$ – суммарные эксплуатационные затраты (техническое обслуживание, ремонт и другие текущие затраты);

$1/И$ – удельные затраты на единицу эффекта.

Среди показателей качества имеются такие, которые невозможно выразить численными значениями (оттенки, запах, тембр и т.д.). Они определяются при помощи органов чувств (органолептически) и называются *сенсорной характеристикой*.

Оценка уровня качества продукции может производиться дифференциальным или комплексным методами. При применении дифференциального метода производится сопоставление единичных показателей качества новой продукции с идентичными базовыми показателями каче-

ства, а при комплексном – фактических комплексных показателей с базовыми комплексными показателями.

Числовые значения показателей качества устанавливаются с помощью объективных и субъективных методов. *Объективные методы*: измерительный, регистрационный и расчетный. *Субъективные методы*: органолептический, социологический и экспертный. Объективные методы базируются на применении технических измерительных средств, регистрации, подсчете событий, выполнении вычислений. Основа субъективных методов – анализ восприятия органов чувств человека, сбор и учет различных мнений, решения, принимаемые группой специалистов-экспертов.

ГОСТ 22851-77 устанавливает следующую номенклатуру основных 10 групп показателей качества по характеризующим ими свойствам продукции:

1. *Показатели назначения* характеризуют свойства продукции, определяющие основные функции, для выполнения которых она предназначена, и обуславливают область ее применения.

В эту группу входят:

а) *классификационные показатели*, устанавливающие принадлежность изделий к классификационной группировке (классы автомобилей, точности приборов и т.д.);

б) *функциональные (эксплуатационные)*, характеризующие полезный результат от эксплуатации изделий (быстродействие компьютера, производительность стана, точность измерительного прибора и т.д.);

в) *конструктивные*, дающие точное представление об основных проектно-конструкторских решениях изделий (двигатели дизельные, бензиновые, электрические и т.д.);

г) *показатели состава и структуры*, определяющие содержание в продукции химических элементов, их соединений (процентное содержание серы и золы в коксе и т.д.). Показатели этой группы играют основную роль в оценке уровня качества, они часто используются как критерии оптимизации и применяются совместно с другими видами показателей.

2. *Показатели надежности* характеризуют свойства безотказности, долговечности, ремонтпригодности и сохраняемости.

Безотказность – свойство изделия сохранять работоспособность в течение некоторого времени или наработки.

Долговечность – свойство изделия сохранять работоспособность до предельного состояния с необходимыми перерывами для технического обслуживания и ремонта.

Ремонтпригодность – способность продукции подвергаться ремонту.

Сохраняемость – свойство изделий и продуктов сохранять исправное и пригодное к потреблению состояние в течение установленного в технической документации срока хранения и транспортирования, а также после него.

Например, показатели *транспортабельности* характеризуют приспособленность продукции к транспортированию, не сопровождающему ее использованием или потреблением. Определяются экспериментальным, расчетным или экспертным методами. Например, показатель пригодности продукции к сохранению потребительских свойств при перевозках, он отражен в нормах естественной убыли для отдельных видов продукции (стекло, цемент и т.д.)

$$K_{\text{д}} = \frac{Q_{\text{в}}}{Q_{\text{п}}} \cdot 100\% ,$$

где $K_{\text{д}}$ – доля продукции, сохраняющая в заданных пределах свои первоначальные свойства за время перевозок, %;

$Q_{\text{п}}$ – количество продукции, погружаемое в транспортное средство;

$Q_{\text{в}}$ – количество выгруженной продукции, сохранившей значения показателей качества в допустимых пределах.

3. *Эргономические показатели* характеризуют систему «человек – изделие» и учитывают комплекс свойств человека, проявляющихся в производственных и бытовых процессах. К ним относятся *гигиенические* (освещенность, температура, давление, влажность), *антропометрические* (одежда, обувь, мебель, пульта управления) и *психофизиологические* (скоростные и силовые возможности, пороги слуха, зрения и т.п.).

Психофизиологические характеризуют приспособленность изделия к органам чувств человека.

Психологические характеризуют возможность восприятия и обработки различной информации.

Физиологические характеризуют допустимые физические нагрузки на различные органы человека.

4. *Эстетические показатели* характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения, стабильность товарного вида (характеристики художественных стилей, оттенков, запахов, гармоничности и т.д.).

5. *Показатели технологичности* характеризуют свойства продукции, обуславливающие оптимальное распределение затрат материалов, времени и средств труда при технической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции. Это показатели трудоемкости, материало- и фондоемкости, себестоимости изделий. Исчисляются как общие (суммарные) так и структурные, удельные, сравнительные или относительные показатели.

Относительные показатели – это, например:

– коэффициент использования материалов

$$K_{\text{им}} = \frac{M_{\Gamma}}{M_{\text{В}}},$$

где M_{Γ} – количество материала в готовой продукции;

$M_{\text{В}}$ – количество материала, введенного в технологический процесс;

показатель удельной себестоимости

$$S_{\text{уд}} = \frac{S}{B},$$

где $S_{\text{уд}}$ – удельная себестоимость; S – общая себестоимость изделия;

B – определяющий параметр изделия (мощность, вес и т.п.).

6. *Показатели стандартизации и унификации* характеризуют насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными частями, а также уровень унификации с другими изделиями.

Основные показатели унификации – коэффициенты применяемости, повторяемости, взаимной унификации для групп изделий, удельный вес оригинальных деталей (узлов). Стандартными являются все части продукции, выпускаемые по государственным и отраслевым стандартам.

7. *Патентно-правовые показатели* характеризуют степень обновления технических решений, использованных в продукции, их патентную защиту, а также возможность беспрепятственной реализации продукции в нашей стране и за рубежом (количество или удельный вес запатентованных или лицензированных деталей (узлов) и т.п.).

8. *Экологические показатели* характеризуют уровень вредных воздействий на окружающую среду, возникающих при эксплуатации или потреблении продукции. Например: содержание вредных примесей, выбрасываемых в окружающую среду, вероятность выброса вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировании и использовании продукции, уровень ПДК.

9. *Показатели безопасности* характеризуют особенности продукции, обуславливающие при ее эксплуатации или потреблении безопасность человека. Они отражают требования к нормам и средствам защиты людей, находящихся в зоне возможной опасности при возникновении аварийной ситуации, и предусмотрены системой госстандартов по безопасности труда, а также международными стандартами.

10. *Экономические показатели* характеризуют затраты на разработку, изготовление, эксплуатацию или потребление продукции, учитываемые в интегральном показателе качества продукции (различные виды затрат, себестоимость, цена и пр.), при сопоставлении различных образцов продукции – технико-экономические показатели.

В таблице 1 приведен пример использования некоторых основных показателей для продукции, расходуемой при использовании и расходуемой свой ресурс

Таблица 1

Применяемость некоторых показателей качества продукции по ее видам

Показатели качества продукции	Продукция, расходуемая при использовании			Продукция, расходуемая свой ресурс	
	Сырье и природное топливо	Материалы и продукты	Расходуемые изделия	Ремонтируемые изделия	Не ремонтируемые изделия
Функциональной пригодности	+	+	+	+	+
Надежности:	+	+	+	(+)	(+)
безотказности	-	-	(+)	+	+
долговечности	-	-	(+)	+	+
ремонтпригодности	-	-	(+)	-	+
сохраняемости	+	+	+	+	(+)
Эргономичности	-	-	+	(+)	(+)
Эстетичности	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)
Технологичности					
в производстве	+	+	+	+	+
при применении	(+)	(+)	+	(+)	+
Ресурсопотребления	-	-	-	(+)	(+)
Безопасности	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)
Экологичности	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)

знак «+» означает применяемость, знак «-» неприменяемость, знак «(+）」 ограниченную применяемость некоторых групп данного вида продукции.

Вопросы по теме

1. Какие трактовки термина «качество» вы знаете?
2. Приведите определение понятий свойство, дефект, брак.
3. Что такое уровень качества?
4. Что такое оптимальный уровень качества?
5. Какие факторы влияют на уровень качества изделий?
6. Какова динамика и взаимосвязь уровня качества выпускаемой продукции и монетарных показателей предприятия?
7. Как группируют потребительские ценности?
8. Что вы понимаете под показателем качества?
9. По каким признакам классифицируют показатели качества?
10. Что такое единичный, относительный, комплексный и интегральный показатели качества?
11. Какими методами устанавливают числовые значения показателей качества?
12. Перечислите десять групп по ГОСТу показателей качества, прокомментируйте их состав показателей применительно к конкретным видам продукции.

3.2 ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги

Государственный стандарт Российской Федерации

Утвержден Постановлением Госстандарта России от 9 июля 1998 г. N 286 Дата вве-

дения 01.01.99

ГОСТ Р 51185-98

ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ.

СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Предисловие

1. Разработан Акционерным обществом открытого типа "АТИС". Внесен Техническим комитетом по стандартизации ТК 199 "Туристская деятельность и услуги средств размещения".
2. Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 9 июля 1998 г. N 286.
3. Введен впервые.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий стандарт распространяется на средства размещения, предназначенные для проживания туристов (далее - средства размещения). Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и услугам средств размещения. Положения настоящего стандарта применяются организациями и индивидуальными предпринимателями, оказывающими услуги средств размещения. На основе настоящего стандарта могут разрабатываться нормативные документы, устанавливающие требования к конкретным видам средств размещения. Требования безопасности изложены в разделах 6 и 7.

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие стандарты: ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ. Пожарная безопасность. Общие требования ГОСТ 12.1.036-81 ССБТ. Шум. Допустимые уровни в жилых помещениях и общественных зданиях ГОСТ 17.1.3.13-86 Охрана природы. Гидросфера. Общие требования к охране поверхностных вод от загрязнений ГОСТ 17.4.3.04-85 Охрана природы. Почвы. Общие требования к контролю и охране от загрязнений ГОСТ 2874-82 Вода питьевая. Гигиенические требования и контроль за качеством ГОСТ Р 50644-94 Туристско - экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов ГОСТ Р 50645-94 Туристско - экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения ГОСТ Р 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятий ГОСТ Р 50764-95 Услуги общественного питания. Общие требования СанПиН 42-121-4719-88 Правила устройства, оборудования и содержания общежитий для рабочих, студентов, учащихся средних, специальных учебных заведений и профессионально - технических училищ СанПиН 42-128-4690-88 Санитарные правила содержания территорий населенных мест СНиП 2.04.01-85 Внутренний водопровод и канализация зданий СНиП 2.04.05-91 Отопление, вентиляция и кондиционирование СНиП 2.07.01-89 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений СНиП 2.08.02-89 Общественные здания и сооружения СНиП 3.05.01-85 Внутренние санитарно - технические системы СНиП 3.05.04-85 Наружные сети и сооружения водоснабжения и канализации СНиП 23-05-95 Естественное и искусственное освещение ППБ 01-93 Правила пожарной безопасности в Российской Федерации ВСН 62-91 Проектирование среды жизнедеятельности с учетом потребностей инвалидов и маломобильных групп населения.

3. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

- 3.1. Средства размещения туристов - любой объект, предназначенный для временного проживания туристов (гостиница, турбаза, площадка для кемпинга и другие по 4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.2).
- 3.2. Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально - деловых, спортивных, религиозных и иных целях (без занятия оплачиваемой деятельностью) в период от 24 ч до 6 мес. подряд или осуществляющий не менее одной ночевки [1].
- 3.3. Исполнитель услуги средств размещения - организация, индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги средств размещения.
- 3.4. Услуги средств размещения - деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно - оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и других) услуг.

3.5. Термины по управлению качеством в сфере услуг (условия обслуживания, качество обслуживания и другие) - по ГОСТ Р 50646.

4. КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

4.1. Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

4.1.1. К коллективным средствам размещения относят приведенные в 4.1.1.1 - 4.1.1.2.

4.1.1.1. Гостиницы и аналогичные средства размещения:

- гостиницы (в том числе квартирного типа);
- мотели;
- клубы с проживанием;
- пансионаты;
- меблированные комнаты;
- общежития.

4.1.1.2. Специализированные средства размещения:

- санатории;
- профилактории;
- лагеря труда и отдыха;
- дома отдыха;
- туристские приюты, стоянки и другие;
- туристские, спортивные базы, базы отдыха;
- дома охотника (рыбака);
- конгресс - центры;
- общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);
- наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега;
- кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

4.1.2. Индивидуальные средства размещения:

квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

5. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

5.1. Средства размещения туристов должны соответствовать требованиям настоящего стандарта, СНиП 2.08.02 и ВСН 62 (при проектировании) и СНиП 2.07.01 (при планировке и застройке).

5.2. Общие требования к гостиницам и мотелям - по ГОСТ Р 50645 и Правилам предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации [2].

5.3. Правила устройства, оборудования и содержания общежитий - по СанПиН 42-121-4719.

5.4. Общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты), наземный и водный транспорт, переоборудованный под средства размещения для ночлега, должны соответствовать требованиям, установленным соответствующими отраслевыми (ведомственными) нормами и правилами.

5.5. Средства размещения должны иметь удобные подъезды с необходимыми дорожными знаками, вымощенные пешеходные дорожки.

5.6. Прилегающая к средствам размещения территория должна быть благоустроена, хорошо освещена в вечернее время; должна иметь площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта и необходимые справочно - информационные указатели. Информация об исполнителе услуг средств размещения, режиме его работы и оказываемых услугах должна соответствовать требованиям ст. 8, 9 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" [3].

5.7. Средства размещения должны иметь:

- освещение в жилых и общественных помещениях - естественное и искусственное, в коридорах - круглосуточно естественное или искусственное по СНиП 23-05;
- холодное и горячее водоснабжение и канализацию по СНиП 2.04.01, СНиП 3.05.04 и СНиП 3.05.01. В районах с перебоями в водоснабжении необходимо - обеспечить минимальный запас воды не менее чем на сутки и подогрев воды;
- отопление, поддерживающее температуру воздуха в жилых помещениях не ниже 18,5 град. С;
- вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую циркуляцию воздуха и исключающую проникновение посторонних запахов в жилые помещения по СНиП 2.04.05;
- телефонную связь;

- пассажирский лифт (при необходимости) по СНиП 2.08.02.

5.8. Минимальная площадь жилой комнаты - не менее 9 кв. м по СНиП 2.08.02. Минимальная площадь жилой комнаты на одного проживающего в зданиях: круглогодичного функционирования - не менее 6,0 кв. м; сезонного (летнего) функционирования - не менее 4,5 кв. м.

5.9. В жилой комнате должны быть:

- мебель (кровать, тумбочка, стол, стул, шкаф), инвентарь (прикроватный коврик, зеркало и т.д.) и постельные принадлежности по количеству проживающих;
- плотные занавеси или жалюзи, обеспечивающие затемнение помещения;
- сеть радиовещания (подводка во все жилые комнаты);
- потолочные (настенные) и прикроватные светильники, электророзетки с указанием напряжения;
- замки в дверях с внутренним предохранителем.

5.10. Санузел в номере должен быть оборудован умывальником, унитазом, ванной или душем. При отсутствии санузла в номере средства размещения должны иметь санитарные объекты общего пользования (из расчета один унитаз, один умывальник и один душ не более чем на 10 человек, отдельные для мужчин и женщин).

5.11. В коллективных средствах размещения туристов должны быть предусмотрены:

- комната бытового самообслуживания, место для стирки и сушки одежды с необходимым оборудованием и инвентарем;
- помещение для предоставления услуг питания по ГОСТ Р 50762 и/или кухня для самостоятельного приготовления пищи;
- помещение или часть помещения для просмотра телепередач и других культурно - массовых мероприятий;
- камера хранения;
- устройства для удобного доступа инвалидов: наклонные пандусы у входных дверей для проезда инвалидной коляски, лифты, специально оборудованные номера и туалеты и др. по СНиП 2.08.02 и ВСН 62 (с учетом местных условий).

5.12. Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией, соответствующей выполняемой работе. Персонал должен создавать атмосферу гостеприимства, комфорта, проявлять доброжелательность и вежливость.

6. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

6.1. Туристам, проживающим в коллективных средствах размещения, должен быть предоставлен минимальный ассортимент услуг:

- круглосуточный прием;
- услуги общественного питания по ГОСТ Р 50764 или условия для самостоятельного приготовления пищи (5.11);
- ежедневная уборка жилой комнаты (включая заправку постелей) и санузла (кроме общежитий, лагерей труда и отдыха, туристских приютов, стоянок, кемпинга);
- смена постельного белья - не менее одного раза в неделю, смена полотенец - не менее одного раза в три дня;
- отправка, получение и доставка писем и телеграмм;
- хранение ценностей, багажа;
- медицинская помощь: вызов скорой помощи, пользование аптечкой;
- туристская информация.

6.2. Услуги гостиниц должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 50645 и Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации.

6.3. Туристам, проживающим в индивидуальных средствах размещения, должны быть оказаны услуги:

- уборка жилой комнаты (включая заправку постели) к каждому заезду туристов;
- смена постельного белья - не менее одного раза в неделю, смена полотенец - не менее одного раза в три дня (или предоставление сменного комплекта постельного белья и полотенец);
- пользование электро- (газовой) плитой и холодильником.

6.4. В зависимости от вида средств размещения ассортимент услуг может дополняться.

6.5. Специализированные средства размещения помимо оказания услуг размещения оказывают услуги оздоровительно - лечебного характера, санаторно - курортного обслуживания, туристские, спортивные и др., в соответствии со своей специализацией.

7. ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

7.1. В средствах размещения туристов любого вида должны быть обеспечены безопасность жизни и здоровья туристов, сохранность их имущества.

7.2. Требования безопасности туристских услуг должны соответствовать ГОСТ Р 50644.

7.3. Средства размещения должны располагаться в благоприятных экологических условиях.

7.4. Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности по ППБ 01 и иметь сертификат пожарной безопасности. После введения сертификации на пожарную безопасность.

7.5. В здании должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, хорошо заметные информационные указатели для обеспечения свободной ориентации как в обычной, так и в чрезвычайной ситуациях (СНиП 2.08.02).

7.6. В средствах размещения должны быть вывешены в доступном для обозрения месте планы действий персонала и туристов в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и других), включающие взаимодействие с местными органами управления, участвующими в спасательных работах.

7.7. Средства размещения должны быть оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения и/или средствами защиты от пожара в соответствии с ППБ 01.

7.8. Все санитарно - техническое, технологическое и другое оборудование, приборы, мебель и инвентарь должны соответствовать требованиям нормативных документов и эксплуатироваться с соблюдением их требований.

7.9. В средствах размещения должны соблюдаться санитарно - гигиенические и противоэпидемиологические правила и нормы в части:

- содержания санитарно - технического оборудования и инвентаря, удаления отходов и защиты от насекомых и грызунов;
- состояния территории, мест общего пользования, помещений здания, пляжей и различных сооружений для туристов;
- обработки (стирки, глажения, хранения и т.д.) белья.

7.10. При эксплуатации электрического, газового оборудования должны соблюдаться требования ППБ 01, ГОСТ 12.1.004 и правила эксплуатации, установленные заводом - изготовителем в нормативной документации на конкретное оборудование.

7.11. Допустимый уровень звукового давления и уровень звука в помещениях должны соответствовать требованиям ГОСТ 12.1.036.

7.12. Организации и индивидуальные предприниматели, оказывающие в средствах размещения услуги питания, химической чистки, парикмахерских и другие по Перечню работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации [4], должны иметь сертификаты соответствия Системы сертификации ГОСТ Р

7.13. Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении, безвредна по химическому составу и соответствовать ГОСТ 2874. При отсутствии гарантии хорошего качества питьевой воды должны быть оборудованы специальные установки по обработке воды.

7.14. Используемые препараты для дезинфекции, дезинсекции, дезодорации, моющие средства, вошедшие в перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации [5], должны иметь сертификат соответствия и применяться в соответствии с нормативными требованиями.

7.15. Обслуживающий персонал средств размещения должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах. Ответственность за подготовленность персонала несет руководитель средств размещения.

7.16. Обслуживающий персонал должен проходить медицинское освидетельствование в соответствии с требованиями санитарно-эпидемиологических служб.

8. ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

8.1. Средства размещения должны функционировать в соответствии с требованиями охраны окружающей среды (по содержанию территории, техническому состоянию и содержанию помещений, вентиляции, водоснабжению, канализации согласно ГОСТ 2874, СНиП 2.08.02, СНиП 2.07.01, СНиП 2.04.05, СНиП 23-05, СНиП 2.04.01, СанПиН 42-128-4690, ГОСТ 17.1.3.13, ГОСТ 17.4.3.04.

8.2. В средствах размещения должна быть предусмотрена система санитарной очистки и уборки территории (рациональный сбор, быстрое удаление, надежное обезвреживание, целесообразная утилизация бытовых отходов) по СанПиН 42-128-4690.

8.3. Организация рациональной системы сбора, временного хранения, регулярного вывоза твердых и жидких бытовых отходов и уборки территории должна соответствовать требованиям СанПиН 42-128-4690.

8.4. При функционировании средств размещения и оказании их услуг не должно быть вредных воздействий на окружающую среду. 8.5. Средства размещения должны иметь экологический паспорт или заключение природоохранных служб, подтверждающих отсутствие вредных воздействий на окружающую среду.

4 Задание для самостоятельной работы студентов

Тема 1. О природе качества.

1. Раскройте понятие «качество» как философскую категорию.
2. Охарактеризуйте понятие «качество» с экономических позиций.
3. Раскройте технические аспекты понятия «качество».
4. Дайте характеристику социального аспекта понятия «качество», связав его с понятием «качество жизни».
5. Раскройте содержание понятия «качество жизни».
6. Дайте характеристику содержания терминов: «обеспечение качества» и «улучшение качества».

Тема 2. Рыночные отношения и качество.

1. Приведите причины необходимости обеспечения и улучшения качества в современных условиях.
2. Раскройте внешние и внутренние цели предпринимательства в условиях рыночной экономики.

Тема 3. Качество как объект управления.

1. Раскройте необходимость управления качеством в современных условиях.
2. Дайте характеристику типов развития в области управления качеством.
3. Раскройте содержание программы менеджмента качества Э.Деминга.
4. Опишите состав «петли качества».
5. Раскройте суть системы управления качеством на предприятии.
6. Опишите общие функции менеджмента качества на предприятии.
7. Раскройте содержание термина «Прослеживаемость».
8. Приведите содержание термина «политика в области качества».
9. Опишите цели и содержание (разделы) руководство по качеству (справочники менеджмента качества) на предприятии.

10. Раскройте содержание философии Всеобщего руководства качеством (ТФМ).

Тема 4. Применение статистических методов в управлении качеством.

1. Опишите назначение и порядок построения диаграммы Парето.
2. Опишите назначение и порядок построения диаграммы Исикава (причинно-следственный анализ).
3. Раскройте назначение и порядок построения контрольных карт Шухарта.

Тема 5. Защита прав потребителя.

1. Раскройте значение и структуру Закона «О защите прав потребителей».
2. Дайте характеристику понятий «изготовитель», «продавец», «потребитель», «продукция», «услуга».

Тема 6.

1. Раскройте содержание понятия «стандартизация» и терминов «стандарт и взаимозаменяемость».
2. Раскройте содержание терминов «типизация» и «унификация».
3. Приведите классификацию и области использования стандартов в промышленности РФ.
4. Раскройте назначение и содержание комплекса международных стандартов ИСО серии 9000 (версия 2000г)
5. Раскройте (кратко) основные позиции Закона РФ «О техническом регулировании».

Тема 7. Оценка качества продукции.

1. Раскройте сущность науки метрологии и значение измерений в управление качеством продукции.
2. Приведите классификацию методов измерений.
3. Раскройте содержание термина «показатель качества» и приведите классификацию показателей качества продукции.

Тема 8. Сертификация как целевой метод управления качеством.

1. Раскройте сущность и значение сертификации, и содержание термина «сертификат».
2. Опишите виды сертификации продукции.
3. Опишите этапы сертификации систем качества.

Тема 9. Активизация творческой деятельности работников в управление качеством.

1. Раскройте необходимость активизации творческой деятельности работников в управлении качеством.
2. Раскройте цели и задачи кружков качества.
3. Опишите процесс формирования и функционирования кружков качества.

5 Задача по калькуляции затрат на качество

Расчет выполняется в тонкой тетради в следующей последовательности:

1. Задание (исходные данные)
2. Расчет с обязательным пояснением.
3. Результаты решения.

Задача.

Предприятие составило отчет за один год работы. По результатам отчета получили следующие затраты:

Затраты	денежные единицы (д\е)
Обучение персонала	30 тыс.
Сертификация (для 1 варианта)	4 тыс.
Лицензирование (для 2 варианта)	4 тыс.
Поездка по проверке оборудования ресторана	4 тыс.
Поездка по проверке соблюдения требований эргономики	2 тыс.
Проверка работы персонала	1 тыс.

Ремонт офиса длился 75 дней. Объем продаж составил 80 тыс. д.е./месяц. В декабре фирма предложила клиентам скидки 50 %. Объем продаж увеличился на 20%. Оцените затраты внутренние, внешние и общие на качество по методу ПОД и конечную выручку за год с учетом, что в 1 месяце 25 рабочих дней.

Библиографический список рекомендуемой литературы

Основной список

1. Анцев Виталий Юрьевич. Средства и методы управления качеством : учеб. пособие для вузов / В. Ю. Анцев , А. Н. Иноземцев, Н. В. Анцева ; ТулГУ .— Тула : Изд-во ТулГУ, 2009 .— 227 с. : ил.
2. Аристов, О.В. Управление качеством : учебник для вузов / О.В.Аристов .— М. : Инфра-М, 2006 .— 240с. : ил. — (Высшее образование).— Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-16-001953-7 /в пер./ : 59.29.
3. Басовский, Л.Е. Управление качеством : учебник для вузов / Л.Е.Басовский, В.Б.Протасьев .— М. : ИНФРА-М, 2006 .— 212с. : ил
4. Зайцева, Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / Н. А. Зайцева .— 5-е изд., стер. — М. : Академия, 2008 .— 236 с. : ил.
5. Тепман, Л.Н. Управление качеством : учеб.пособие для вузов / Л.Н.Тепман;под ред.В.А.Швандара .— М. : ЮНИТИ, 2007 .— 352с.

Дополнительный список

1. Герасимов Б.И. Управление качеством: учеб.пособие/ Б.И.Герасимов, Н.В.Злобина, С. П. Спиридонов.-2-е изд.,стер.-М.:Кнорус, 2007.-272с.

2. Ефимов В. В. Улучшение качества продукции, процессов, ресурсов: учеб. пособие для вузов/В.В.Ефимов.-М.:КНОРУС, 2007.-240с.
3. Ефимов В.В. Средства и методы управления качеством:учеб.пособие для вузов/В. В.Ефимов.-М.:КНОРУС,2007.-232с.
4. Миронов М. Г. Управление качеством: учебное пособие для вузов/М.Г.Миронов.- М.:Прспект,2006.-288с.
5. Москвин В.А. Управление качеством в бизнесе: рекомендации для руководителей предприятий, банков, риск-менеджеров/В.А. Москвин.- М.:Финансы и статистика,2006.- 384с.
6. Окрепилов В. В. Менеджмент качества: учебник для вузов: в 2 т./В.В.Окрепилов.- СПб.:Наука.-Т.1.-2007.-505с.:ил
7. Управление качеством: Учебник для вузов/ Е. И. Семенова, В.Д.Коротнев, А.В. Пошатаев и др.; Под ред. Е.И.Семеновой.-М.: КолосС,2005.-184с.:ил.
8. Управление качеством: учебник для вузов/С.Д.Ильenkova [и др.]; под ред. С.Д. Ильenkовой.- 2-е изд., перераб. и доп.-М.: Юнити-Дана,2006.-334с.:ил.
9. Чупилин А. И. Управление качеством: учебное пособие/А.И.Чупилин.-М.:Дашков и К,2006.-156с.:ил.