


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»
«30» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 И.Ю. Пономарева

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

«Управление качеством туристских услуг и обслуживания»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы магистратуры**

по направлению подготовки
43.04.02 Туризм

с направленностью (профилем)
Проектирование экскурсионных услуг

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 430402-02-23

Тула 2023 г.

Разработчик(и) методических указаний

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



(подпись)

Михайловский Г.В., заместитель директора
Тульского Дома науки и техники по маркетингу,
развитию и туризму

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Содержание

1 Цели и задачи дисциплины	4
2 Темы для самостоятельного изучения	4
2.1 Показатели качества как основная категория оценки потребительских ценностей	5
2.2 ГОСТ Р 51185 Туристские услуги	11
2.3 Разработка документов системы качества.....	17
2.4 Сертификация продукции и систем качества.....	21
3 Задание для самостоятельной работы студентов.....	25
4 Задача по калькуляции затрат на качество	27
5 Тесты для самоконтроля	27
Список рекомендуемых источников	31

1 Цели и задачи дисциплины

Курс «Управление качеством туристских услуг и обслуживания» 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.

Распределение самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Наименование видов самостоятельной работы	Трудоемкость (час.)	Методические материалы
1	Выступления с докладами	15	[1,2] (см. п.8.1)
2	Выполнение ККР. Тема согласовывается с преподавателем и содержит анализ предприятия и проект создания услуги.	10	[1,2] (см. п.8.1), [1] (см. п. 8.7)
3	Самостоятельное углубленное изучение тем: Показатели качества как основная категория оценки потребительских ценностей ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги 6.3 Разработка документов системы качества	2	[1,2] (см. п.8.1) [2] (см. п. 8.7)
4	Самостоятельное изучение темы 7. Сертификация продукции и систем качества	2	[1,2] (см. п.8.1) [2] (см. п. 8.7)
5	Самостоятельное изучение тем дисциплины	20	[1,2,5] (см. п.8.1)
6	Подготовка к практическим и семинарским занятиям	20	[1] (см. п. 8.6), [2,5] (см. п. 8.1)
Итого		69	

2 Темы для самостоятельного изучения

2.1 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 обеспечивает 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

держат 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

$$K_i = \bar{P}_i / \bar{P}_{i0},$$

где K_i – относительный показатель качества;

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

\bar{P}_{i0} – 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

$$K_{\Gamma} = \frac{T}{T - T_B},$$

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

T_B – среднее время восстановления (показатель ремонтпригодности), т.е. K_{Γ} характеризует два свойства изделия – безотказность и ремонтпригодность.

В свою очередь

$$T_B = T_O + T_y,$$

где T_O – среднее время, затрачиваемое на отыскание отказа;

T_y – среднее время, необходимое для устранения отказа.



Рис. 3 Алгоритм расчета комплексного показателя качества

Таким образом, ремонтпригодность – сложное свойство изделия по отношению к T_0 и T_y . Следовательно, относительно коэффициента готовности K_r показатель T_B можно рассматривать как единичный, а относительно T_0 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.

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

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.);

$З_С$ – 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 качества, 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 сопровождающемуся 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.)

$$K_d = \frac{Q_B}{Q_P} \cdot 100\%,$$

где K_d – доля продукции, сохраняющая в заданных пределах свои первоначальные свойства за время перевозок, %;

Q_P – количество продукции, погружаемое в транспортное средство;

Q_B – 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 расходующей свой ресурс

Таблица 1

Применяемость некоторых показателей качества продукции по ее видам

Показатели качества продукции	Продукция, расходуемая при использовании			Продукция, расходующая 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.

2.2 ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги

Государственный стандарт Российской Федерации

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

введения 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, турист-

ских 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 квартирнoго 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.

2.3 Разработка документов системы качества

В стандарте ИСО 9000 содержатся рекомендации, как, наиболее рационально исходя из потребностей производства или условий контракта, выбрать модель системы и те ее элементы, которые необходимы для каждой модели или их сочетаний. Такая многовариантность открывает для конструкторов и изготовители продукции, а также для разработчиков систем качества широкие творческие возможности.

Создаваемая система должна учитывать:

- специфику предприятия;
- его размеры;
- структуру и организацию производства. Система качества должна быть гибкой, чтобы не создавать помех тем изменениям, которые могут оказаться необходимыми в дальнейшем.

При выборе варианта системы производится оценка и трактовка каждого ее элемента. Все элементы можно разделить на три группы.

К первой группе относятся те элементы системы качества, которые должны быть определены и установлены руководством предприятия:

- политика в области качества;
- организационная структура и организация работы;
- оценка системы качества;
- обучение.

Вторая группа — это элементы системы, охватывающие несколько фаз или подразделений, связанные с самой системой качества, с общефирменными проблемами и с проблемами продукции (услуг).

Относительно самой системы все изменения должны приниматься согласованно между заинтересованными службами. Так же согласованно должны проводиться внутрифирменные анализы обеспечения качества и корректирующие меры.

К общефирменным проблемам относятся:

- контроль документации;
- ведение всех записей по качеству (документирование);
- применение статистических методов. И наконец, относительно изделий (услуг) многие подразделения фирмы должны решать вопросы:
 - обозначения целей и возможности определения этапов изготовления (идентификации);
 - хранения, упаковки, транспортировки, отгрузки;
 - контроля средств измерений и контроля;
 - обращения с дефектными единицами продукции;
 - контроля качества;
 - состояния при испытаниях.

Третья группа — это элементы системы, специфичные для определенных этапов:

- проверка контрактов;
- обеспечение качества на различных стадиях жизненного цикла продукции (проектирование, закупка материалов и комплектующих изделий, изготовление и использование).

Структуру системы качества можно представить пирамидой документации (рис. 3.5.).

Верхнюю часть пирамиды занимает Руководство по качеству для всей фирмы.

Руководство (или Справочник) содержит сформулированную дирекцией политику фирмы в области качества, цели по качеству и утвержденную организационную структуру производства.

Среднюю часть пирамиды составляют методические документы общего характера, мероприятия и последовательность операций по обеспечению качества.

Нижняя часть пирамиды представляет собой набор рабочих ИНСТРУКЦИЙ для исполнителей.

Все эти документы охватывают следующие сферы деятельности:

- организационная работа;
- проектирование;
- документация;
- материально-техническое обеспечение;
- производство (изготовление);
- испытания и приемка продукции;
- корректирующие действия при отклонениях;
- связь с потребителями;
- надзор;
- хранение, транспортировка.

Как показывает опыт, объем Руководства составляет 100-120 листов. Состоит он из 20 глав по числу основных элементов системы (согласно МС ИСО 9001).

Следующую группу документов составляют стандарты предприятия (процедуры), которые регламентируют управленческие и рабочие процедуры по обеспечению качества. В составе документации системы качества, как показывает опыт, их может быть до 200 на 250—400 листах. В них есть ответы на все вопросы: «что», «кто», «как» делают сотрудники предприятия по обеспечению качества.

И последняя группа документов системы качества — это рабочие инструкции, справочники и другая документация системы. Количество и объем этих документов зависит от типа производства, продукции и др.

В стандартах ИСО 9000 подчеркивается, что система качества предприятия должна быть тщательно документирована в целях:

- четкого установления требований к качеству и выполнению работ по его обеспечению;
- регулярной фиксации данных о фактическом качестве и функционировании системы качества;
- прослеживаемости и идентификации продукции и действий по обеспечению ее качества;
- закрепления лучших традиций и накопленного опыта организации работ в системе качества;
- объективного доказательства правильности выполнения работ в области качества.

Как показывает опыт, функционирование системы качества создает благоприятный психологический климат на предприятии: выполнение процессов идет без помех, без ошибок и отступлений, улучшается сотрудничество между подразделениями, ощущается более сознательное отношение к обеспечению качества у всех сотрудников, а новые из них быстрее и лучше включаются в работу, чем до внедрения системы.

Систему может спроектировать любая организация, способная вести разработки (можно пригласить даже консультантов из другой организации), главное, чтобы в проекте были должным образом учтены политика предприятия, организация производства и вид продукции.

За практическое использование системы отвечает директор, чьи полномочия не могут быть переданы никому другому. Планирование мероприятий в области качества координирует отдел обеспечения Ячества. Он же отвечает за эффективность работы системы, выявляет аномалии и согласовывает корректирующие действия.

Предприятие своими силами или с привлечением консультантов Разрабатывает проект создания системы качества.

Цели проекта:

- повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции,
- приобщение к комплексному управлению качеством,
- внедрение эффективной системы качества для конкретных условий фирмы.

Процесс проектирования системы качества на предприятии должен быть тщательно спланирован. Существуют четыре фазы такого плана.

Первая фаза — обоснование проекта. Первым действием на этой фазе должна быть подготовка и представление проекта на рассмотрение руководству. Решение руководства — очень важная веха в проекте. Проект планируется в деталях, включая интенсивную информацию всего персонала с использованием различных информационных средств.

Вторая фаза — расшифровка, детализация проекта. Цель этой фазы — добиться ясного представления о форме и содержании всех элементов системы, упорядочить составляющие этого проекта, внести стабильность в процесс. В этой фазе в основе существующих систем качества Должен быть разработан (написан) макет Руководства по качеству.

Третья фаза — осуществление. На этой фазе главными действующими лицами должны быть отдельные проектные рабочие группы. Вместе основной рабочей группой, возглавляемой директором, они создают руководства по качеству для всей фирмы и для своих подразделений. Эта фаза является наиболее трудной и из макета Руководства по качеству. Та часть Руководства, которая относится к жизненному циклу продукции, должна быть написана соответствующей рабочей группой и "Догнана под конкретную продукцию. Локальные проектные группы должны заниматься также внесением изменений в систему качества.

Четвертая фаза — внутренний контроль. Она предусматривает использование внутрифирменного контроля результатов проекта и эффективности его осуществления.

Система качества должна:

1. Обеспечивать управление качеством на всех участках «петли качества».
2. Обеспечивать участие в управлении качеством всех работников предприятия.
3. Устанавливать ответственность руководства.
4. Обеспечивать неразрывность деятельности по качеству с деятельностью по снижению затрат.
5. Обеспечивать проведение профилактических проверок по предупреждению несоответствий и дефектов.

6. Обеспечивать обязательность выявления дефектов и препятствовать их допуску в производство и к потребителю.

7. Устанавливать порядок проведения периодических проверок анализа и совершенствования системы.

8. Устанавливать и обеспечивать порядок документального оформления всех процедур системы.

Система качества может быть эффективной только при условии, что она функционирует одновременно и в тесном взаимодействии со всеми видами деятельности, влияющими на качество продукции. Среди них одним из основных выступает маркетинг, который кратко можно охарактеризовать как поиск и изучение рынков сбыта для продвижения по ним продукции фирмы.

Если рассмотреть «петлю качества», то первым и последним этапом завершающим один ее виток и начинающим следующий, является маркетинг. Маркетинг считается средством обеспечения конкурентоспособности продукции. Его главная формула — производить только то, что продается.

2.4 Сертификация продукции и систем качества

Сегодня в управлении качеством важное значение имеет наличие на фирмах сертифицированной системы менеджмента качества, что является гарантией высокой стабильности и устойчивости качества продукции. Сертификат на систему качества позволяет сохранить конкурентные преимущества на рынке.

Испытания проводятся на образцах, конструкция, состав и технология изготовления которых должны быть такими же, как у продукции, поставляемой потребителю (заказчику). Количество образцов, порядок их отбора, правила идентификации и хранения определяются правилами системы сертификации однородной продукции с учетом нормативных документов, устанавливающих требования и методы испытаний данного вида продукции. Как правило, отбор образцов для испытаний осуществляет орган по сертификации, или по его поручению – испытательная лаборатория, или другая компетентная организация. В целях обеспечения доказательности результатов проведенной сертификации образцы, прошедшие испытания, хранятся в течение срока годности продукции или срока действия сертификата. Типовой порядок обращения с образцами, используемыми при проведении обязательной сертификации продукции, определен ГОСТ Р 40.002-96.

На основе анализа протоколов испытаний, результатов оценки производств, сертификации систем качества или производств, анализа документов о соответствии других компетентных органов государственного управления орган по сертификации осуществляет оценку соответствия продукции установленным требованиям, оформляет и регистрирует сертификат. Форма сертификата соответствия в Системе сертификации ГОСТ РФ приведена в приложении.

Срок действия сертификата устанавливает орган по сертификации с учетом срока действия нормативных документов на продукцию, а также срока, в пределах которого сертифицированы производство или система качества. В любом случае срок действия сертификата не превышает трех лет. Если изделие имеет срок службы (срок годности), то действие сертификата распространяется на партию продукции или каждое изделие. При внесении изменений в конструкцию (состав) продукции или технологию ее производства заявитель заранее должен известить орган по сертификации, который принимает решение о необходимости проведения новых испытаний или оценки состояния производства этой продукции.

Сведения о сертифицированной продукции предприятие-заявитель приводит в сопроводительной технической документации (паспорт, этикетка) с указанием реквизитов сертификата. Право маркирования продукции знаком соответствия изготовитель получает на основании лицензии, выдаваемой органом по сертификации. Правила выдачи лицензий на проведение работ по обязательной сертификации и применение знака соответствия определены ГОСТ Р 40.003-96. Маркирование серийно выпускаемой продукции осуществляет изготовитель, и он несет ответственность за соответствие продукции нормативным документам и сертифицированным (испытанным) образцам. Как правило, знак соответствия наносится на несъемную часть каждой единицы сертифицированной продукции и на каждую упаковочную единицу этой продукции рядом с товарным знаком изготовителя. Маркирование изделия осуществляется общеизвестными способами – гравирование, травление, литье, печатание и др. При невозможности нанесения знака соответствия непосредственно на продукцию (для газообразных, жидких и сыпучих материалов и веществ) его наносят на тару или упаковку. Возможно также использование специальных технических средств, таких как ярлыки, ленты, выполненные в виде встроенной части продукции (для канатов, кабелей и т. п.). В любом случае правила нанесения знаков соответствия на конкретную продукцию устанавливаются правилами сертификации в системах сертификации однородной продукции.

Инспекционный контроль за сертифицированной продукцией организует орган по сертификации в течение всего срока действия сертификата и лицензии, но не реже одного раза в год. Инспекционный контроль осуществляется в виде периодических и внеплановых проверок, вклю-

чающих испытания образцов продукции и других проверок, необходимых для подтверждения, что реализуемая продукция продолжает соответствовать установленным требованиям, подтвержденным ранее при сертификации.

Критериями для определения периодичности и объема инспекционного контроля служат степень потенциальной опасности продукции, стабильность ее производства, объем выпуска, наличие системы качества и т. д. Объем, содержание и порядок проведения инспекционного контроля в зависимости от схем сертификации устанавливаются правилами систем сертификации однородной продукции.

По результатам инспекционного контроля орган по сертификации может приостановить или отменить действие сертификата и аннулировать лицензию на право применения знака соответствия. Это происходит в тех случаях, когда установлено несоответствие продукции требованиям нормативных документов, внесены изменения в нормативный документ на продукцию или метод испытаний, в конструкцию (состав), в комплектность продукции или технологию ее производства. Решение о приостановлении действия сертификата и лицензии на право применения знака соответствия принимают в случаях, если заявитель в состоянии устранить обнаруженные причины несоответствия путем согласованных с органом корректирующих мероприятий и обеспечить (подтвердить) соответствие продукции без повторных испытаний в аккредитованной лаборатории. В противном случае действие сертификата отменяется, а лицензия на право применения знака соответствия аннулируется.

Сертификация импортируемой продукции осуществляется по тем же правилам. Во исполнение Законов РФ "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг" определен порядок ввоза на территорию России товаров, подлежащих обязательной сертификации. Данный документ устанавливает, что ввозу на таможенную территорию России подлежат товары при условии их соответствия требованиям обязательной сертификации, которые установлены в РФ. Перечни таких товаров формируются в соответствии с требованиями ТН ВЭД Госстандартом России и Государственным таможенным комитетом РФ.

Необходимость наличия сертификата и знака соответствия на импортируемую продукцию должна быть предусмотрена в условиях контракта (договора), заключаемого на поставку товаров в Россию. На территорию России по представлению сертификатов в таможенные органы могут быть допущены товары, которые должны пройти обязательную сертификацию и такие таможенные режимы, как выпуск для свободного обращения, реимпорт, переработка под таможенным контролем (в случае выпуска продуктов переработки в свободное обращение), переработка вне таможенной территории (в части, касающейся ввоза продуктов переработки). Без наличия сертификата могут быть выпущены товары, предназначенные для официального пользования представительствами иностранных государств и международных межправительственных организаций, а также товары, ввозимые физическими лицами и не предназначенные для производственной или коммерческой деятельности. Условно могут выпускаться без представления сертификатов при помещении под упомянутые таможенные режимы товары, ввозимые в единичных количествах и предназначенные для потребления исключительно лицами, их ввозящими. При этом необходимо иметь соответствующие обязательства, представляемые в таможенные органы.

Этапы проведения сертификации системы качества

В процессе проведения сертификации системы качества можно выделить два этапа:

- ◆предварительная проверка и оценка системы качества;
- ◆окончательная проверка, оценка и выдача сертификата соответствия системы качества предприятия соответствующего стандарта.

Каждый из указанных этапов содержит определенный состав работ. Предприятиям, претендующим на сертификацию системы качества, и орган по сертификации вместе с заявкой и сопроводительным письмом следует направлять: анкету-вопросник для проведения предварительной проверки системы качества; общее руководство по каче-

ству (или основной СТП системы качества), информационные данные о качестве продукции (сведения о рекламациях, потерях от брака, результатах ранее проведенной на предприятии сертификации, испытаниях продукции и т.п.); декларацию о соответствии системы качества; счет оплаты за проведение первого этапа проверки системы качества. По просьбе органа по сертификации могут быть представлены также другие сведения и данные о предприятии и системе качества.

По результатам первого этапа орган по сертификации составляет заключение, в котором указывается готовность предприятия и целесообразность проведения второго этапа работ по сертификации системы качества либо раскрываются причины нецелесообразности или невозможности проведения работ по второму этапу. При положительном заключении при подписании договора устанавливаются сроки проведения работ по второму этапу – окончательной проверке и оценке системы качества. Если при проведении работ второго этапа органом по сертификации обнаруживается несоответствие системы качества требованиям соответствующего стандарта, то совместно с предприятием определяется срок ее доработки и устанавливается ориентировочный срок повторной проверки. При положительном решении сертификат выдается на определенный срок (обычно этот срок ограничивается тремя годами).

Развитие деятельности по сертификации в промышленной сфере отечественной экономики создало предпосылки и обусловило необходимость создания свода правил по аккредитации различных объектов (органов по сертификации, испытательных и измерительных лабораторий). В этих целях был сформирован комплекс требований, применяемых в РФ к системам аккредитации объектов, осуществляющих оценку соответствия, включая испытания, измерения и сертификацию в обязательной (законодательно регулируемой) и добровольной сферах. В настоящее время Российская система аккредитации (РОСА) регламентирована комплексом государственных стандартов. В этих стандартах реализованы положения законов РФ "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг", "Об обеспечении единства измерений" в части аккредитации испытательных и измерительных лабораторий, органов по сертификации, а также руководств ИСО/МЭК 55, ИСО/МЭК 38, ИСО/МЭК 40, европейских стандартов Е серии 45000 и работ Международной конференции по аккредитации испытательных лабораторий (ИЛАК). Объектами аккредитации в рамках этой системы определены (ГОСТ 51000.1-95):

- ◆лаборатории, осуществляющие испытания, измерения, калибровку;
- ◆органы по сертификации продукции, услуг, производств и систем качества;
- ◆метрологические службы юридических лиц, осуществляющие поверку средств измерений;
- ◆организации, осуществляющие специальную подготовку экспертов в этих областях деятельности.

Аккредитацию организаций, осуществляющих деятельность в обязательной сфере, организуют и проводят Госстандарт России и другие федеральные органы исполнительной власти (в случаях, определенных законодательством). Организация работ по аккредитации объектов приведена на рис. Вполне естественно, что организации-заявители аккредитуются в определенной области. Их аккредитация осуществляется применительно, к конкретным видам продукции, услуг, работ. При этом од-

нозначно устанавливаются проверяемые параметры и методы исследований (контроля, проверок), соответствующие им стандарты и другие нормативные документы. Работа по аккредитации включает следующие шесть основных этапов:

1. Представление заявки на аккредитацию и ее предварительное рассмотрение.
2. Экспертизу документов по аккредитации;
3. Аттестацию заявителя;
4. Анализ всех материалов по результатам экспертизы и аккредитации;
5. Принятие решения об аккредитации или об отказе в аккредитации, и, соответственно, оформление, регистрацию и выдачу аттестата аккредитации.
6. Последующего инспекционного контроля аккредитованной организации.

3 Задание для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа магистранта состоит из двух блоков, выполнение которых является допуском к экзамену по дисциплине:

1 – два реферата (объем каждого 20-30 стр.), каждый реферат оценивается в 20 баллов;

2 – выполнение ККР. Контрольно-курсовая работа должна быть выполнена и зачтена преподавателем до экзаменационной сессии (оценивается в 20 баллов).

Темы рефератов

1. Общая модель совершенствования бизнес-процессов организации. Необходимость совершенствования. Общая модель совершенствования. Методы и инструменты, применяемые для каждой стадии модели совершенствования бизнес-процессов.

2. Простые инструменты контроля качества. Контрольные листки. Диаграмма Парето. Причинно-следственная диаграмма. Стратификация данных. Диаграмма разброса. Гистограмма. Контрольные карты.

3. Инструменты контроля качества. Диаграмма сродства. Диаграмма взаимосвязей. Древовидная диаграмма. Матричная диаграмма. Стрелочная диаграмма. PDPC (планирование процесса осуществления программы). Анализ матричных данных.

4. Бенчмаркинг. Определение и история возникновения бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга. Процесс проведения бенчмаркинга. Методы анализа бенчмаркинг-информации (метод Ковалева, SWOT-анализ, система сбалансированных показателей, АВМ).(Носакова Т.)

5. Организационные инструменты менеджмента качества. Межфункциональные команды. Команды решения проблем. Кружки качества

6. Инструменты совершенствования бизнес-процессов. Самооценка процессов организации. Методы мозгового штурма. Упрощение. Идеализация. Анализ рабочих ячеек. Модель качества Кано. Анализ поля сил.

7. Структурирование функции качества (СФК). Назначение и история возникновения метода структурирования функции качества. Использование структурирования функции качества на четырех этапах создания продукции. Методика структурирования функции качества. Этапы построения «дома качества».

8. Методология улучшения качества Тагути. Составляющие философии Тагути. Модели процессов по Тагути. Факторы шума и факторы контроля. Подходы к улучшению качества. Функция «качество–стоимость» Тагути. Этапы и методы проектирования изделий по Тагути.

9. Экспертные методы решения проблем качества. Понятия об экспертных методах. Области применения экспертных методов. Методы экспертных оценок. Обработка результатов экспертизы. Анализ экспертных оценок. Коэффициенты корреляции рангов и конкордации. Метод парных сравнений.

10. Функционально-стоимостный анализ. Общие сведения и принципы функционально-стоимостного анализа. Функциональный анализ. Принципы и правила формулирования функций. Классификация функций и их ранжирование. Этапы функционально-стоимостного анализа. Установление взаимосвязи между элементами и функциями. Примеры функционально-стоимостного анализа конструкции и бизнес-

процесса.

11. Методология «Шесть сигм». Содержание методологии «Шесть сигм». Расчет состояния процесса. Стратегии прорыва на уровне бизнеса, операционном уровне и на уровне процесса. Инфраструктура и инструменты реализации методологии «Шесть сигм». Этапы развертывания методологии «Шесть сигм» в организации. Преимущества методологии.

12. Управление качеством закупок. Аспекты управления качеством закупок. Требования к приобретаемым товарам и услугам. Подходы для выбора поставщика. Аудит поставщика. Определение рейтинга поставщика (с помощью весовых коэффициентов, по проценту брака, методом расстановки приоритетов). Входной контроль продукции. Расчет параметров выборочного контроля. Использование статистических таблиц для выборочного контроля. Определение показателей однократной выборки. Примеры отборов поставщика.

13. Стандартизации требований к обеспечению и управлению качеством. Этапы стандартизации требований к обеспечению и управлению качеством. Значение стандартизации требований к обеспечению и управлению качеством. Значение сертификации систем качества для потребителей. Значение сертификации систем качества для производителей. Значение сертификации систем качества для общества.

14. Три модели систем качества (стандарты ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003).

15. Построения системы качества в соответствии с требованиями стандарта ISO серии 9001, 9002, 9003

16. Национальные и международные премии по качеству.

17. Органы по сертификации систем качества.

18. Аудит системы качества.

4 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 получились 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./мес. 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.

5 Тесты для самоконтроля

36. Что относится к объективным условиям, влияющих на функционирование элементов качества?

- а) Накопление мастерства и знание
- б) Рыночно-конкурентные, организационные, научно технические
- в) Повышение общеобразовательного и культурного уровня

37. Что необходимо для проведения непрерывного улучшения качества?

- а) Мониторинг конечных результатов, анализ системы со стороны руководства, улучшение результативности
- б) Определить, пригодна ли по-прежнему для вашей системы данная система менеджмента качества, рассмотреть несоответствия и жалобы
- в) Проверить результаты работы персонала

38. К какому разделу ИСО серии 9004 относится следующий этап спирали качества по МС ИСО: Контроль, проведение испытаний и обследование?

- а) Управление производством
- б) Несоответствие
- в) Меры корректирующего воздействия и проверка продукции

39. Что такое стоимость соответствия?

- а) Это затраты понесённые из за нарушения существующего процесса
- б) Это затраты понесённые с целью удовлетворения всех сформулированных и подразумеваемых вопросов потребителей при безотказности существующего процесса
- в) Это количественный показатель качества

40. Что включает в себя экономика качества?

- а) Организацию учёта данных о качестве продукции, учёт данных о затратах, контроль затрат на качество
- б) Изучение рынков сбыта, прогнозирование уровня качества продукции и услуг
- в) Нормирование требований к качеству, планирование качества, анализ готовности предприятия к изготовлению продукции

41. Что представляет собой метод QFD в управление качеством?

- а) представляет собой технологию анализа затрат на выполнение изделием его функций.
- б) представляет собой технологию проектирования изделий и процессов, позволяющую преобразовывать пожелания потребителя в технические требования к изделиям и параметрам процессов их производств.
- в) анализ физических принципов действия, а также технических и физических противоречий в технических объектах для того, чтобы оценить качество принятых технических решений и предложить новые.
- г) представляет собой технологию анализа возможности возникновения дефектов и их влияния на потребителя.

42. Что представляет собой метод ФСА в управление качеством?

- а) представляет собой технологию анализа возможности возникновения дефектов и их влияния на потребителя.
- б) представляет собой технологию анализа затрат на выполнение изделием его функций.
- в) представляет собой технологию проектирования изделий и процессов, позволяющую преобразовывать пожелания потребителя в технические требования к изделиям и параметрам процессов их производств.
- г) анализ физических принципов действия, а также технических и физических противоречий в технических объектах для того, чтобы оценить качество принятых технических решений и предложить новые.

43. Что представляет из себя FMEA-анализ?

- а) анализ физических принципов действия, а также технических и физических противоречий в технических объектах для того, чтобы оценить качество принятых технических решений и предложить новые.
- б) представляет собой технологию анализа затрат на выполнение изделием его функций.
- в) представляет собой технологию анализа возможности возникновения дефектов и их влияния на потребителя.
- г) представляет собой технологию проектирования изделий и процессов, позволяющую преобразовывать пожелания потребителя в технические требования к изделиям и параметрам процессов их производств.

44. Что представляет из себя ФФА – анализ?

- а) представляет собой технологию проектирования изделий и процессов, позволяющую преобразовывать пожелания потребителя в технические требования к изделиям и параметрам процессов их производств.
- б) анализ физических принципов действия, а также технических и физических противоречий в технических объектах для того, чтобы оценить качество принятых технических решений и предложить новые.
- в) представляет собой технологию анализа затрат на выполнение изделием его функций.
- г) представляет собой технологию анализа возможности возникновения дефектов и их влияния на потребителя.

45. Что относится к методам обеспечения качества?

- а) относятся как обычные методы мотивации, так и специально разработанные для улучшения качества (проводимые в странах и во всемирном масштабе кампании качества, национальные премии по качеству и т. д.).
- б) относятся методы оценки качества продукции, например, через анализ экономических показателей, через проверку документации, как на продукцию, так и на систему качества.
- в) относятся, прежде всего, инженерно математические методы, используемые для анализа и регулирования процессов на всех стадиях жизненного цикла продукции (разработка, изготовление, испытания, эксплуатация и т. д.), а также для отработки характеристик (планирование эксперимента, обеспечение надежное анализ отказов).

46. Что относится к методам контроля качества?

- а) относятся методы оценки качества продукции, например, через анализ экономических показателей, через проверку документации, как на продукцию, так и на систему качества.
- б) относятся, прежде всего, инженерно математические методы, используемые для анализа и регулирования процессов на всех стадиях жизненного цикла продукции (разработка, изготовление, испытания, эксплуатация и т. д.), а также для отработки характеристик (планирование эксперимента, обеспечение надежное анализ отказов).
- в) относятся как обычные методы мотивации, так и специально разработанные для улучшения качества (проводимые в странах и во всемирном масштабе кампании качества, национальные премии по качеству и т. д.).

47. Что относится к методам стимулирования качества?

- а) относятся, прежде всего, инженерно математические методы, используемые для анализа и регулирования процессов на всех стадиях жизненного цикла продукции (разработка, изготовление, испытания, эксплуатация и т. д.), а также для отработки характеристик (планирование эксперимента, обеспечение надежное анализ отказов).
- б) относятся как обычные методы мотивации, так и специально разработанные для улучшения качества (проводимые в странах и во всемирном масштабе кампании качества, национальные премии по качеству и т. д.).
- в) относятся методы оценки качества продукции, например, через анализ экономических показателей, через проверку документации, как на продукцию, так и на систему качества.

48. Расположите в порядке очередности выполнения процесс проектирования системы качества на предприятии:

- а) расшифровка, детализация проекта
- б) внутренний контроль
- в) обоснование проекта
- г) осуществление

49. Система качества – это

- а) комплексное понятие, включающее качество сервисного обслуживания, качество отчетной документации, качество выполнения производственных операций и т.д.
- б) совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством.
- в) мероприятия, предпринимаемые во всей организации с целью повышения эффективности и результативности деятельности и процессов для получения выгоды, как для организации, так и для ее потребителей.
- г) совокупность мер, постоянного воздействия на процесс создания продукта с целью поддержания соответствия уровня качества.

50. Планирование качества это –

- а) основные направления и цели организации в области качества, официально сформулированные высшим руководством.
- б) комплексное понятие, включающее качество сервисного обслуживания, качество отчетной документации, качество выполнения производственных операций и т.д.
- в) деятельность, которая устанавливает цели и требования к качеству, и к применению элементов системы качества.
- г) совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством.

51. Каким термином определено долговременное управление качеством и организацией работ по контролю на предприятии соответствие государственным стандартам выпускаемой продукции?

- 1. управление качеством
- 2. всеобщее управление качеством
- 3. сертификация
- 4. стандартизация
- 5. метрология

52. Каким термином обозначают взаимосвязь между зависимыми и независимыми переменными, выраженными в виде таблицы, текста, графика?

- 1. свойство
- 2. принцип
- 3. закон
- 4. характеристика
- 5. потребность

53. Каким термином принято обозначать результат деятельности или процессов внутренней деятельности предприятий?

- 1. услуга
- 2. объект
- 3. продукция
- 4. деньги
- 5. система

54. Что означает совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством?

- 1. система качества
- 2. уровень качества
- 3. относительное качество
- 4. характеристика
- 5. процесс

55. На какой стадии формируется качество продукции?

- 1. заключения контракта на поставку
- 2. изготовления
- 3. сборки
- 4. контроля качества
- 5. проектирования

56. С чьих позиций рассматривалось качество продукции в условиях командно-административной экономики?

- 1. потребителя
- 2. руководства предприятия
- 3. вышестоящего органа управления
- 4. министерства
- 5. Госстандарта РФ

Список рекомендуемых источников

Основная литература

1. Михеева, Е. Н. Управление качеством : учебник / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 531 с. — ISBN 978-5-394-01078-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/60534.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература

1. Анцев В.Ю. 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.

2. Аристов, О.В. Управление качеством: учебник для вузов / О.В.Аристов.— М. : Инфра-М, 2010. — 240с.

3. Смирнов, Э. А. Управление качеством рекламы : учебное пособие / Э. А. Смирнов. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2011. — 153 с. — ISBN 978-5-98079-739-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8623.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Синьковский, Н. М. Основы управления качеством : учебное пособие / Н. М. Синьковский. — Москва : Московская государственная академия водного транспорта, 2013. — 100 с. — ISBN 978-5-905637-05-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/46501.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Эванс, Джеймс Управление качеством : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / Джеймс Эванс ; перевод Э. М. Короткова ; под редакцией Э. М. Короткова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 672 с. — ISBN 5-238-01062-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74947.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей6.

6. Управление качеством : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В. И. Кузнецов, В. С. Мхитарян, С. Д. Ильенкова [и др.] ; под редакцией С. Д. Ильенковой. — 4-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 с. — ISBN 978-5-238-02344-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109222.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей