

Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

# **Розширений план лекцій**

з навчальної дисципліни

## **«Управління якістю туристичних послуг»**

для студентів спеціальності 242 «Туризм»  
ступеня магістра

## *Лекція 1*

### **Наукові основи управління якістю туристичних послуг. Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг**

#### **План**

1. Зміст понять «якість», «якість туристичної послуги», «управління якістю».

*(Поняття якості послуг, основні напрямки її забезпечення. Загальні поняття: якість, управління якістю, система якості, політика в сфері якості, послуга, надання послуги. Якість як соціально-економічна проблема розвитку підприємства туристичної індустрії. Значення підвищення якості послуг в туристичній індустрії.)*

2. Нормативно-технічна та законодавча база розвитку управління якістю. (Зміст ЗУ «Про засади державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, процесів, робіт, послуг)», «Про стандартизацію», «Про підтвердження відповідності», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про захист прав споживача»)

3. Складові компоненти якості туристичних послуг. (Функціональна, технічна, етична якість. Фактори забезпечення якості туристичних послуг)

4. Петля якості. Зміст концепції TQM. (Управління якістю на всіх стадіях життєвого циклу послуги Сутність процесного підходу до управління якістю на підприємствах туристичної індустрії).

5. Еволюція концепцій управління якістю. (Історія розвитку системи якості в Україні. Основні етапи розвитку управління якістю послуг. Сутність, зміст та особливості основних періодів становлення та розвитку мислення в галузі якості туристичних та готельних послуг. Історія розвитку систем якості в Україні та за кордоном. Становлення сучасної філософії якості)

#### ***Ключові терміни та тези***

**Якість**, після ціни, є другим основним інструментом, який формує структуру пропозиції на ринку. Вона є ключовим чинником, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних продуктів унаслідок постійного підвищення її рівня. Це зумовлено необхідністю пристосування пропозиції до потреб туристів. Під рівнем якості, з огляду на безупинну диверсифікацію людських потреб, розуміють (як споживачі, так і виробники) один із найважливіших ефектів усіх видів діяльності, особливо у сфері послуг.

Поняття якості використовується не лише в науці, а й у повсякденному житті.

У філософському значенні під **якістю** розуміють ступінь досконалості чогось або сукупність властивостей різноманітних предметів. Цих властивостей може бути так багато, що практично дуже важко їх усіх врахувати в описі

аналізованого об'єкта, тому в даному випадку якість розглядають як умовне поняття.

В економічному контексті **якість** трактують як одну з економічних категорій і аналізують разом з іншими категоріями, наприклад, споживча вартість і корисність. Це вихідні категорії для визначення поняття якості, які виражають ступінь задоволення потреб певним матеріальним продуктом або послугою в об'єктивний або суб'єктивний спосіб.

Розрізняють декілька періодів у розвитку підходів до змісту поняття якості, які орієнтовані на розгляд цієї категорії з тих або інших позицій:

- 1920 - 1950-ті роки - якість продукції розуміється як відповідність вимогам стандартів, а головними методами її досягнення є методи контролю (орієнтація на технічні та правові аспекти);

- 1950 - 1970-ті роки - якість продукції пов'язується із задоволенням потреб споживачів за відповідними параметрами (орієнтація на економічні та правові аспекти);

- 1970 - 1980-ті роки - якість трактується як повне задоволення потреб не тільки з точки зору підвищення показників якості, але й з точки зору зниження вартісних параметрів (орієнтація на економічні аспекти);

- 1980 - 1990-ті роки - поняття якості містить не тільки повне задоволення потреб споживачів, але й орієнтацію на латентні (приховані) вимоги споживачів, які пов'язані з їх очікуваннями та знаходять відтворення у товарах ринкової новизни конкурентоспроможної якості (орієнтація на економічні та соціальні аспекти);

- 1990-ті роки - сьогодення - поняття якості охоплює не тільки сприйняття виробником (постачальником) задоволення потреб споживача, але й сприйняття споживачами ступеня виконання їх вимог. У свою чергу,

вимога визначається як потреба або очікування, яке встановлено, зазвичай передбачається або є обов'язковим (орієнтація на економічні та соціальні аспекти).

Ці підходи знайшли безпосереднє відображення у визначеннях, прийнятих у різних версіях міжнародних стандартів ISO серії 9000, які формують вимоги до систем управління якістю на підприємствах (в організаціях).

Відповідно до ДСТУ ISO 9000–2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» прийнято таке визначення поняття якості: **якість** – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

Забезпечення якості туристичного обслуговування – це складний та багатоаспектний процес. Виробництво туристичної послуги та її споживання відбувається одночасно, тому попередньо оцінити якість туристичного

обслуговування не має можливості. В реалізації туристичного продукту задіяні багато підприємств (переміщення, розміщення, харчування, лікувально-оздоровчого, екскурсійного анімаційного, побутового обслуговування туристів та інші), тому в обслуговуванні туристів не має дрібниць, усі служби мають працювати чітко та якісно. У персоналу туристичних підприємств практично немає шансу на виправлення помилок та на повернення гостя, тому професіоналізм працівників туристичних підприємств є один із головних чинників формування якісного туристичного продукту. А здатність туристичних компаній постійно ідентифікувати основні потреби своїх клієнтів та швидко реагувати на їх зміни перманентно якісним обслуговуванням сприяє формуванню хорошої репутації та конкурентних переваг таких підприємств.

Система «якість» має охоплювати усі стадії життєвого циклу продукції та послуг: дослідження, розробку, виробництво, реалізацію, споживання і т. п. У міжнародних стандартах ISO серії 9000 життєвий цикл продукції розділений на 11 етапів і має назву «Петля (спіраль) якості»

На рівень якості й конкурентоспроможності продукції та послуг впливає багато різнопланових факторів. За змістом і спрямуванням їх можна об'єднати у чотири взаємопов'язані групи: технічні, організаційні, економічні та соціальні (суб'єктивні).

У процесі «створення якості», управління якістю та відповідальності за якість повинні приймати участь усі працівники організації. Саме це покладено в основу концепції загального управління якістю (TQM), яка вважається найбільш прогресивною та передбачає активну участь кожного співробітника в удосконаленні якості продукції, послуг, процесів.

До нормативно-правового забезпечення управління якістю на підприємстві належать правові акти, що безпосередньо регулюють виробничі процеси. Це, насамперед ЗУ «Про засади державної політики у сфері управління якістю продукції (товарів, процесів, робіт, послуг)», «Про стандартизацію», «Про підтвердження відповідності», «Про охорону навколишнього природного середовища». В Україні захист прав споживачів від неякісної продукції регламентується Законом «Про захист прав споживачів» № 1023-ХІІ від 12 травня 1991 р. та подальшими змінами до нього: № 82/95-ВР від 2 березня 1995 р.; № 230/95-ВР від 20 червня 1995 р.; № 365/95-ВР від 18 червня 1997 р.; № 2949-ІІІ від 10 січня 2002 р. а також указами Президента України: «Про заходи щодо посилення державного захисту прав споживачів» № 16/2002 від 12 січня 2002 р. та «Про програму захисту прав споживачів на 2003-2005 роки» № 1148/2002 від 11 грудня 2002 р.

*Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 14, 16.*

## **Лекція 2**

## ***Система управління якістю послуг підприємств в сфері туризму: сутність, механізм та процес управління якістю підприємств в сфері туризму***

### **План**

1. Структура системи якості послуг. *(Поняття системи управління якістю туристичних послуг. Структура системи якості послуг та характеристика основних елементів, що формують дієву систему управління якістю туристичних послуг. Закони, закономірності, задачі та принципи управління якістю туристичних послуг. Сутність та класифікація функцій управління якістю послуг.)*

2. Порядок та принципи розробки і впровадження системи якості. *(Функції, цілі, задачі та основні вимоги до побудови систем управління якістю послуг. Принципи та порядок розробки і впровадження систем управління якістю на підприємствах туристичної індустрії. Вдосконалення систем управління якістю послуг на основі міжнародних стандартів в галузі якості)*

3. Фактори, що обумовлюють якість туристичних послуг: технічні, економічні, організаційні, правові. *(Конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації, розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми та методи контролю, порядок розподілу та реалізації продукції (послуги), форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (використання), технічного обслуговування, ремонту. ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт та ін).*

4. Вдосконалення механізму управління якістю послуг на підприємствах туристичної індустрії. *(Основні підходи до визначення механізму управління якістю. Особливості механізму управління якістю в туристичній індустрії. Сутність основних елементів механізму управління якістю послуг. Види механізму управління якістю послуг: економічний, організаційний, соціально-психологічний. Техніка та технологія управління якістю. Людина в системі управління якістю туристичних послуг.)*

### ***Ключові терміни та тези***

***Система управління якістю*** - частина системи управління організацією (підприємством), яка спрямована на досягнення вихідних даних (результатів) відповідно до цілей у сфері якості з метою задоволення потреб, очікувань та вимог зацікавлених сторін.

***Системний підхід до управління якістю*** передбачає формування цільової підсистеми управління підприємством - упорядкованої сукупності взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів об'єктів виробництва, які

призначені для досягнення поставленої мети - створення умов для забезпечення заданого рівня якості туристичного продукту (послуги) за мінімальних витрат.

**Забезпечення якості** - це дії, які плануються та систематично виконуються організацією-виробником (постачальником) та створюють упевненість у тому, що якість продукції відповідатиме вимогам, що висуваються до неї.

Існує два різновиди забезпечення якості: внутрішнє та зовнішнє. *Внутрішнє забезпечення якості* створює упевненість у заданій якості продукції у керівництва організації-виробника, *зовнішнє* - у споживачів. Письмову гарантію відповідності продукції встановленим вимогам (стандартам) дає процедура, що має назву «сертифікація продукції».

До **технічних факторів забезпечення якості продукції (послуги)** належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та ін. Правильна оцінка ролі технічних факторів сприяє вирішенню багатьох наукових та інженерних задач під час проектування, виготовлення та експлуатації продукції. При цьому важливо знати склад і реальні можливості використання як кожного фактора окремо, так і їх сукупності.

До **організаційних факторів** належать: розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми та методи контролю, порядок розподілу та реалізації продукції (послуги), форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (використання), технічного обслуговування, ремонту та ін.

До **економічних факторів** належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Економічні фактори особливо важливі у сучасних ринкових умовах. Їм властиві контрольні-аналітичні властивості (дозволяють вимірювати витрати праці, засобів, матеріалів на досягнення та забезпечення певного рівня якості продукції чи послуги) та стимулюючі властивості (можуть призводити як до підвищення рівня якості, так і до його зниження).

Система якості реалізує *політику організації у сфері якості*, яка офіційно визначає основні цілі та завдання підприємства, що надає туристичні послуги щодо якості. Вона є складовим елементом загальної політики підприємства та затверджується її керівництвом.

Стратегічними аспектами забезпечення якості туристичних послуг на підприємствах, що їх надають є: *планування якості, управління якістю та поліпшення якості*.

*Цикл Демінга* містить чотири етапи робіт у сфері управління якістю:

1. Планування — план (PLAN).
2. Виконання робіт — реалізація (DO).
3. Контроль, перевірка робіт — перевірка (CHECK).
4. Корируючі дії — виправлення (ACTION).

*Рекомендована література: 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 16*

### **Лекція 3**

#### ***Ефективність управління якістю послуг підприємств у сфері туризму***

##### **План**

1. Формування та види витрат на управління якістю туристичних послуг. *(Етапи формування та види витрат на управління якістю туристичних послуг. Інформаційна база аналізу та планування витрат на якість послуг в туристичній індустрії. Методи аналізу та планування витрат на якість послуг).*

2. Сутність понять «показник якості», «одиничний показник», «комплексний показник», «рівень якості». *(Основні вимоги до якості туристичних послуг. Порядок визначення рівня якості, номенклатура показників якості: показники надійності, економічні показники, правові, технологічні показники).*

3. Методи оцінки якості туристичних послуг: вимірвальний, соціологічний, розрахунковий, експертний

4. Основні методичні підходи та показники ефективності управління якістю. *(Поняття ефективності управління якістю в туристичній індустрії. Характеристика основних підходів до оцінки ефективності управління якістю послуг. Характеристика основних критеріїв та показників ефективності управління якістю в туристичному підприємстві. Принципи ефективного управління якістю. Визначення ціни якості.)*

#### ***Ключові терміни та тези***

Ефективне управління якістю послуг у турфірмах передбачає створення системи стратегічного планування, підвищення якості послуг, дотримання норм стандартів обслуговування, системи контролю пропонованих послуг. Основним підходом до забезпечення якості є задоволення вимог споживача, яке може виражатись як якість для споживача. Об'єктивна необхідність забезпечення відповідної якості в процесі проектування, виготовлення та використання нової продукції ініціює застосування у виробничо-господарській діяльності підприємств *системи показників якості*, яка дає змогу визначати та контролювати рівень якості усіх видів обслуговування туристів .

**Показники якості продукції, послуг** – кількісно або якісно встановлені конкретні вимоги до характеристик (властивостей) об'єкта, які дають можливість їх реалізації та перевірки.

*Властивість продукції (послуги)* – це її об'єктивна особливість, яка може виявитися в процесі її розробки, виробництва (надання) або реалізації (споживання).

*Властивості продукції (послуги) умовно поділяють на прості та складні.*

*Простою* називається властивість, яка для конкретних умов оцінки рівня якості продукції (послуги) не може бути поділена на дрібніші властивості. *Складною* називається властивість, яка, у свою чергу, може бути поділена на прості властивості. Як проста, так і складна властивості можуть мати кілька показників якості, які, у свою чергу, мають кількісне вираження у вигляді певних характеристик. Кількісна характеристика властивостей продукції (послуги) характеризується **параметром продукції (послуги)**. Характеристики показників якості продукції та послуг можуть бути виражені в різних одиницях або бути безрозмірними. Усі показники якості продукції чи послуг поділяють на дві групи: диференційовані (одиничні, комплексні) та узагальнені. **Індекс якості продукції** - це комплексний показник якості різнорідної продукції (послуги), створеної за певний період, який дорівнює середньозваженому числу відносних показників якості. *В основі оцінки та аналізу якості продукції та послуг* лежать **одиничні показники** (рис. 2.3), які можна умовно поділити на дві групи: - експлуатаційні (показники технічного рівня); - виробничо-технологічні (показники технологічності).

**Економічні показники** відображають витрати на розробку, виготовлення або надання та експлуатацію або споживання продукції, послуги. Економічні показники враховуються в інтегральному показнику якості продукції та послуг під час підрахунку сумарних витрат на їх створення та експлуатацію або споживання.

**Оцінювання якості** продукції та послуг здійснюється на таких стадіях життєвого циклу: маркетингу та вивчення ринку; проектування та розробки; виробництва або надання; експлуатації або споживання.

**Методи оцінки** (встановлення значень показників) якості продукції та послуг поділяють на дві групи:

1. Залежно від способу отримання інформації (*вимірювальний, реєстраційний, розрахунковий*);
2. Залежно від джерела отримання інформації (*традиційний, експертний, соціологічний*).

*Рекомендована література: 3, 4, 5, 9, 10, 13, 16.*

## Лекція 4

### Організація контролю якості туристичних послуг

#### План

1. Органи контролю за підприємницькою діяльністю, пов'язаною з наданням туристичних послуг



2. Основні етапи та види контролю якості туристичних послуг. *(Періодичність проведення контролю. Основні вимоги до керівництва організації з метою забезпечення якісного обслуговування. Політика в сфері якості: цілі, завдання та заходи. Обов'язки, загальна та персональна відповідальність працівників, діяльність яких обумовлюється якістю послуг. Стимулювання, підготовка і професійний ріст персоналу. Правила і навички ділового спілкування працівників, методи контролю ділового спілкування. Система документації з якості: настанови з якості; програми якості; методика, що встановлюють порядок здійснення діяльності з задоволення потреб споживачів; управління нею та її реєстрацію, протоколи якості. Управління документацією, характеристика методів контролю за випуском, розсиланням і переглядом документів.*

3. Організація контролю якості туристичних послуг на підприємствах з обслуговування туристів. (Основні методи контролю якості послуг : вхідний, операційний та ін. Контроль якості послуг і відповідності цих послуг стандартам і правилам на державному рівні: 1) систему сертифікації туристичних послуг та послуг готелів; 2) систему сертифікації транспортних послуг за видами перевезення; 3) систему сертифікації громадського харчування.

4. Характеристика видів внутрішнього контролю: операційний, обліковий і т. д. *(Оцінювання якості послуг постачальником: вимірювання і перевірка ключових видів діяльності в межах процесу надання послуги; самоконтроль залученого до надання послуги персоналу, остаточне оцінювання якості послуги постачальником під час безпосередньої взаємодії зі споживачем послуги)*

5. Оцінювання якості послуги споживачем

#### ***Стислий зміст теми***

Органи контролю за підприємницькою діяльністю, пов'язаною з наданням туристичних послуг: місцеві органи виконавчої влади в галузі туризму, Ліцензійна палата.

#### ***Ключові терміни та тези***

Головною формою контролю якості є контроль з боку державних органів. Оскільки надання безпечних послуг є головною вимогою до туристичних організаціям контроль за виконанням вимог безпеки туристів забезпечують органи державного управління, які здійснюють контроль за безпекою відповідно до їх компетенції. На сьогоднішній день контролем якості послуг і відповідністю цих послуг стандартам і правилам на державному рівні займається ціла галузь, що включає в себе: 1) систему сертифікації туристичних послуг та послуг готелів; 2) систему сертифікації транспортних послуг за видами перевезення; 3) систему сертифікації громадського харчування.

Показники якості послуг значно складніше оцінити кількісними характеристиками. **Основними показниками якості послуг**, з точки зору споживача, є: *навколишнє середовище* – обстановка, зручність, обладнання та обслуговуючий персонал; *надійність* – сукупність ретельності й довіри до результатів виконання послуги; *психологічні властивості* – можливість встановлення контакту; *ввічливість*; *чуйність*; *комунікабельність*; *доступність* – легкість встановлення зв'язку з постачальником послуг (наприклад, під час замовлення послуги кухаря для приготування страв удома споживач не зобов'язаний весь день чекати його приходу); *гарантія* (страховка) того, що у разі надання неякісної послуги є можливість отримання іншої, якіснішої.

Під час вимірювання та поточного контролю в системі якості підлягають розгляду та врахуванню такі елементи:

- показники системи;
- процеси;
- характеристики продукту;
- задоволеність зацікавлених сторін.

Вимірювання і поточний контроль показників системи вимагають від вищого керівництва забезпечення використання ефективних та дієвих методів виявлення ділянок для поліпшення показників системи якості.

Прикладами таких методів можуть бути:

- 1) вивчення задоволеності споживачів та інших зацікавлених сторін;
- 2) проведення внутрішніх аудитів;
- 3) вимірювання фінансових показників;
- 4) самооцінювання.

**Внутрішній аудит** – це незалежний засіб одержання об'єктивного доказу виконання встановлених вимог, оскільки він дає змогу оцінювати ефективність діяльності організації.

**Контроль** є невід'ємною складовою діяльності будь-якого підприємства, регулятором чинників, які формують якість на всіх стадіях виробничого процесу й забезпечують випуск продукції стабільної якості. Тільки на підставі всебічного контролю можна раціонально здійснювати виробництво та випускати продукцію високої якості, що задовольняє вимоги споживачів.

Процес контролю можна розділити на три послідовних етапи. Перший етап - встановлення вимог до якості певних контрольованих послуг.

Другий етап процесу контролю полягає в проведенні різних заходів з визначення якості реально наданих послуг. Третій етап полягає в безпосередньому порівнянні реальних показників якості туристського продукту, отриманих на другому етапі, з встановленими на першому етапі стандартами. Контроль якості послуг, що надаються туристичними підприємствами, проводиться на основі використання *візуального, інструментального, соціологічного та аналітичного* методів контролю.

*Візуальний контроль* здійснюється шляхом огляду різних експлуатованих при туристичному обслуговуванні об'єктів. До оглядуваних об'єктів належать місця проживання (готелі, мотелі, турбази і т. д.), їх інтер'єр, посуд, білизну; території, по яких проходять траси туристичних походів; туристичний інвентар, обладнання і т. д. Перевагою даного методу є можливість переконатися в якості послуг і в наявності їх очевидного відповідності або невідповідності необхідним стандартам. Недоліком даного методу можна вважати неможливість визначення ступеня відповідності великої кількості реальних показників встановленим нормам. Наприклад, те, що з крана йде не іржава вода ще не означає, що її можна використовувати без побоювання для здоров'я. Іншими словами, даний метод дозволяє оцінити і проконтролювати тільки видимі показники якості послуг.

*Інструментальний контроль* полягає у використанні в процесі контролю різних засобів вимірювання. За допомогою цих коштів проводяться визначення якості води, повітря; вимір стану навколишнього середовища; визначається справність підйомних механізмів і транспортних засобів; технічний стан трас і різного устаткування і т. д. Позитивною стороною даного методу є більш ретельна, поглиблена і детальна перевірка показників якості експлуатованих об'єктів. Оскільки даний метод вимагає відбору різних проб, вимірювання різного роду показників, наявності спеціального інструментарію і, безумовно, кваліфікованих співробітників, то мінусом даного методу можна вважати часові та фінансові витрати.

*Соціологічний метод контролю* полягає в проведенні різного роду опитувань і анкетування туристів і обслуговуючого персоналу. Найбільшою перевагою даного методу є те, що інформація про показники якості послуг надається безпосередніми споживачами цих послуг (туристами) і людьми, задіяними в їх наданні (персоналом).

Недоліком можна вважати необхідність проведення попередньої підготовки (складання і формування опитувальних та анкетних бланків). Це вимагає певних тимчасових витрат. До того ж, якщо опитування персоналу може бути проведений на основі наказу вищого керівництва, то опитування безпосередніх споживачів туристичного продукту (туристів) вимагає їх попередньої мотивування і зацікавленості в даного роду дослідженнях.

*Аналітичний метод контролю* здійснюється шляхом аналізу змісту різної документації: паспорта траси, медичного журналу огляду туристів, що виходять на маршрут та інших документів; узагальнення результатів усіх інших обстежень. Даний метод є найбільш трудомістким і витратним за тимчасовими показниками. Однак, слід зазначити, що технологічний розвиток роботи туристичного підприємства (комп'ютеризація, ведення різних баз даних) значно полегшує проведення даного виду контролю.

Самоконтроль туристичного підприємства як одна з форм контролю полягає в регулярній перевірці якості послуг та визначенні їх відповідності встановленим нормативним вимогам.

*Рекомендована література: 2, 3, 7, 10, 16.*

## **Лекція 5**

### ***Особливості забезпечення та контролю якості окремих видів туристичних послуг***

#### **План**

1. Основні критерії якості транспортних послуг. *(Місце і роль транспорту у туристичному обслуговуванні Головні вимоги споживача до транспортного обслуговування. Вимоги щодо якості обслуговування окремими видами транспорту).*

2. Сутність та критерії якості готельних послуг. Особливості контролю якості готельного обслуговування. *(Форми та види контролю якості та послуг на підприємствах розміщення туристів. Комісії з якості, її функції та завдання. Обов'язки, відповідальність та повноваження членів комісії з якості. Призначення конференції споживачів, організація зворотного зв'язку зі споживачами послуг.)*

3. Сутність та критерії якості послуг харчування. Особливості контролю якості на підприємствах ресторанного господарства. *(Форми та види контролю якості та послуг на підприємствах харчування туристів. Сутність зовнішнього та внутрішнього контролю. Основні види контролю: технічний; санітарно-бактеріологічний; екологічний; податковий; протипожежної безпеки)*

4. Сутність та критерії якості обслуговування у туристичних агенціях, туристичних інформаційних центрах та ін. підприємствах з обслуговування туристів. *(Економічні, організаційні та соціально-психологічні методи контролю. Зміст звіту з контролю)*

#### ***Ключові терміни та тези***

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

підприємства і пов'язується з управлінням якістю організації, технології, функціональної взаємодії, матеріально - технічного забезпечення, загальним рівнем комфорту. Зовнішній та внутрішній контроль якості послуг у турфірмах передбачає використання економічних, організаційних та соціально-психологічних методів.

*Якість транспортних послуг* – це сукупність характеристик транспортного обслуговування, що обумовлюють його здатність задовольняти потреби споживачів унаслідок належного та ефективного виконання транспортних послуг, а також відповідати встановленим стандартам і нормативам, умовам договору або вимогам, що висуваються до транспортного обслуговування. Головні вимоги споживача до транспортного обслуговування пов'язані із: *часом подорожі, витратами на перевезення, комфортністю та безпечністю.*

*Контроль у закладах готельно-ресторанного господарства умовно класифікується за наступними ознаками:*

- напрямками контролю за об'єктом контролю;
- за повнотою охоплення;
- за способом дії на об'єкт контролю;
- за етапом проведення контролю;
- за методами контролю, що використовуються;
- за рівнем проведення контролю.

У закладах ресторанного господарства існують такі **напрями контролю**:

- технічний;
- санітарно-бактеріологічний;
- екологічний;
- податковий;
- протипожежної безпеки.

За *етапами проведення* контроль поділяється на:

- вхідний;
- операційний;
- приймальний.

*Звіт про контроль включає такі дані:*

- сировина, напівфабрикат або продукція, що перевірялися;
- показники, що контролюються;
- методика контролю;
- нормативні документи (стандарт, технічні умови тощо) на продукцію;
- результати контролю та випробувань;
- рішення за результатами контролю;
- прізвище особи (осіб), яка (які) провадила контроль;
- уповноважений з остаточного приймання (якщо це не контролер);
- дата проведення контролю;

- будь-яка інша інформація, яка використовувалася під час контролю або отримана внаслідок контролю.

*Рекомендована література: 2, 3, 6, 7, 9, 10, 16.*

## **Лекція 6**

### ***Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг***

#### **План**

1. Мета, завдання, об'єкт стандартизації та сертифікації послуг. *(Загальні поняття: стандартизація, сертифікація, сертифікат, стандарт. Об'єкти стандартизації. Державна система стандартизації в Україні та її основні положення. Органи стандартизації та сертифікації в Україні).*

2. Роль стандартизації та сертифікації в туристичному обслуговуванні. *(Значення стандартизації і сертифікації в забезпеченні регулювання якості туристичних послуг).*

3. Становлення стандартизації та сертифікації в Україні. *(Історія розвитку та сучасний стан системи стандартизації та сертифікації в Україні).*

4. Міжнародна системи стандартизації та сертифікації. *(Міжнародна та європейська діяльність зі стандартизації. Міжнародна організація із стандартизації ISO. Основні тенденції розвитку міжнародної стандартизації систем якості. Міжнародні стандарти серії ISO 9000 та 10000: склад стандартів, вибір, застосування стандартів. 4. Міжнародні стандарти серії ISO 9000, 1000: сутність, застосування.)*

#### ***Ключові терміни та тези***

Для успішного функціонування підприємства готельно-ресторанного господарства, як і будь-якого іншого, необхідне формування та підтримання ефективної системи управління, складовою частиною якої є управління якістю. Основою формування системи управління якістю є міжнародні стандарти ISO серії 9000.

*Діяльність із формування й упровадження системи управління якістю на підприємствах, що забезпечують туристичне обслуговування відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000 має включати такі етапи:*

- I. Передпроектний аналіз і навчання.
- II. Розробка політики та цілей у сфері якості.
- III. Проектування системи управління якістю.
- IV. Документування системи управління якістю.
- V. Упровадження системи управління якістю на підприємстві.
- VI. Підготовка до сертифікації системи управління якістю.

На підставі аналізу організаційних і технічних умов упровадження ISO серії 9000 складається звіт, який у подальшому може стати базою для визначення керівництвом підприємства політики та цілей у сфері якості.

*До обов'язкових процедур, зазначених у вимогах стандартів ISO серії 9000, належать:*

- процедура з управління документацією (п. 4.2.3);
- процедура з управління записами про якість (п. 4.2.4);
- процедура проведення внутрішніх перевірок (п. 8.2.2);
- процедура управління невідповідною продукцією (п. 8.3);
- процедура корегувальних дій (п. 8.5.2);
- процедура попереджувальних дій (п.8.5.3);

Ефективність функціонування системи управління якістю забезпечується постійною її актуалізацією, яка базується на результатах аудиторських перевірок.

Система управління якістю має пройти на підприємстві певну апробацію. Відповідно, на цьому етапі необхідно вибрати орган із сертифікації, ураховуючи його авторитетність, вимоги споживачів, бажання підприємства, його фінансові можливості тощо. Далі необхідно оформити договір на сертифікацію, провести сертифікаційний аудит системи управління якістю та підготувати персонал підприємства до взаємодії з зовнішніми аудиторами.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запроваджувати дійовий комплексний механізм управління якістю послуг і суворо дотримуватися його вимог. До важливих і ефективних способів цілеспрямованого підвищення якості послуг, їхньої конкурентоспроможності на світовому й національному ринках безспідставно відносять проведення сертифікації послуг ресторанного господарства, а також поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості.

**Сертифікація** – процедура, під час якої уповноважений (акредитований) Державним комітетом України зі стандартизації, метрології та сертифікації орган документально засвідчує, що продукція, послуга, процес або система відповідають установленим вимогам.

*Об'єктами сертифікації є:* продукція (споживчого та виробничо-технічного призначення); роботи та послуги; системи якості.

Кожний пропонований на світовому ринку вид послуг має бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Позитивним результатом сертифікації є документ, що має назву **сертифікат відповідності** – це документ, виданий уповноваженим (акредитованим) Державним комітетом України зі стандартизації, метрології та сертифікації органом згідно з правилами державної системи сертифікації, який засвідчує, що продукція, послуга, процес або система належним чином ідентифіковані та відповідають вимогам чинних нормативних документів.

*Рекомендована література: 1, 2, 5, 10, 11, 16.*

## Лекція 7

### *Державна система стандартизації*

#### План

1. Сутність та значення Державної системи стандартизації. (*Сутність уніфікації, агрегування, спеціалізації, взаємозамінність. Вітчизняні системи стандартів. Методичні принципи комплексної стандартизації. Положення випереджуваної стандартизації*).

2. Органи і служби стандартизації в Україні. (*Суб'єкти, об'єкти та основні методи стандартизації. Державний Комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, Держспоживстандарт України, Український науково-дослідний і навчальний центр стандартизації, метрології та якості*.)

3. Порядок розробки, затвердження та реєстрації стандартів. (*організація розроблення стандарту,;розроблення проекту стандарту першої редакції,;розроблення проекту стандарту остаточної редакції; затвердження та державна реєстрація стандарту; видання стандарту*.)

4. Категорії та види стандартів. (*Державні (ДСТУ), галузеві (ГСТУ), стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України (СТТУ), технічні умови (ТУУ), стандарти підприємств (СТП). Види стандартів: основоположні; на продукцію і послуги; на процеси; методи контролю (випробувань, вимірювань, аналізу). Інформаційні показники стандартів*).

#### **Ключові терміни та тези**

У травні 2001 р. прийнято Закон України "Про стандартизацію", що зазначає правові та організаційні засади стандартизації й спрямований на забезпечення єдиної технічної політики в цій сфері. У законі подані такі основні терміни та їх визначення

Стандартизація - діяльність, що полягає у розробці положень для загального та багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усунення бар'єрів у торгівлі, сприяння науково-технічній співпраці.

Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10.05.1993 року (зі змінами та доповненнями) нормативні документи зі стандартизації поділяються на: національні стандарти України (ДСТУ); галузеві стандарти (ГСТУ); стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок (СТТУ); технічні умови (ТУ У); стандарти підприємств (СТП);



Суб'єктами стандартизації є:

- Центральний орган виконавчої влади з питань стандартизації (ЦОВМ);
- рада стандартизації та технічного регулювання;
- технічні комітети стандартизації;
- інші суб'єкти, що займаються стандартизацією.

Загально-технічні та організаційно-методичні стандарти, як правило, об'єднують в комплекси (системи) стандартів для нормативного забезпечення в певній галузі діяльності. Їх використання дає можливість спростити розробку, конструювання і підготовку виробництва нових виробів, скоротити виробничі цикли, здешевити і поруч з тим підвищити якість вдосконаленої продукції. Подальший розвиток стандартизації веде до створення великих комплексів, що охоплюють цілі галузі, а часто такі комплекси стають і міжгалузевими.

Окрім державних стандартів України в статусі національних прийняті стандарти міжнародних організацій, міждержавні стандарти Співдружності незалежних держав. Розроблено та прийнято й чимало керівних нормативних документів, рекомендацій (Р), галузевих стандартів (ГС), технічних умов (ТУ) тощо.

Керівні нормативні документи та рекомендації є інструкціями, методичними вказівками, нормативами, типовими положеннями, які доповнюють документи державної системи стандартизації. Всі вони розроблені та гармонізовані з відповідними нормативними документами та рекомендаціями міжнародних організацій, що забезпечує розвиток стандартизації в Україні, зближення та гармонізацію основних положень стандартизації у світі

Обов'язкові вимоги підлягають безумовному виконанню всіма суб'єктами, на яких поширюється чинність стандартів.

**Безпека** - це відсутність ризику, що може спричинити будь-яку шкоду.

**Сумісність** - це придатність продукції, процесів і послуг до спільного використання.

Взаємозамінність - це придатність одного виробу, процесу та послуги для використання замість іншого з метою виконання одних і тих же вимог, а уніфікація - це добір оптимальної кількості різновидів продукції, процесів, послуг і значень їх параметрів. Необов'язковими (рекомендованими) є вимоги до певної галузі виробництва, виду діяльності, окремих видів продукції.

Об'єктами стандартизації називають предмети (продукцію, процеси, послуги), що підлягають стандартизації. Ними можуть бути тільки результати людської діяльності (вироби, документи, міри, норми тощо). Не можуть бути об'єктами стандартизації натуральні продукти (нафта, вугілля, руда та інші корисні копалини), однак продукти їх переробки, як результати людської діяльності, підлягають стандартизації

Метою стандартизації є:

реалізація єдиної технічної політики у сфері стандартизації, метрології та сертифікації; захист інтересів споживачів і держави;  
забезпечення якості продукції на підставі досягнень науки й техніки;  
забезпечення уніфікації, сумісності, взаємозамінності та надійності виробів;  
раціональне використання ресурсів і підвищення техніко-економічних показників виробництва;  
безпека народногосподарських об'єктів, уникнення аварій та катастроф;  
створення нормативної бази функціонування системи стандартизації та сертифікації продукції;  
конкурентоспроможність продукції та вихід на світовий ринок;  
впровадження сучасних виробничих та інформаційних технологій;  
сприяння забезпеченню обороноздатності та мобілізаційної готовності України.

Основними принципами стандартизації є:

врахування рівня розвитку науки й техніки, екологічних вимог, економічної доцільності та ефективності виробничих процесів, безпеки споживача й України;

узгодження нормативних документів з міжнародними стандартами та стандартами інших країн;

відповідність нормативних документів законодавству України;

участь у розробці нормативних документів усіх зацікавлених сторін;

взаємозв'язок та узгодженість нормативних документів усіх рівнів;

придатність нормативних документів для сертифікації продукції;

відкритість інформації відповідно до вимог чинного законодавства;

застосування інформаційних систем і технологій у галузі ; стандартизації.

Основними методами стандартизації є уніфікація, типізація та симпліфікація.

Уніфікація полягає у раціональному скороченні кількості типів, видів та розмірів об'єктів однакового функціонального призначення.

Типізація полягає у розробці типових (за видом, формою, конструкцією, розмірами) предметів праці, виробів, устаткування, а також технологічних процесів їх виготовлення.

Симпліфікація полягає у зменшенні кількості типів виробів заданої номенклатури до числа, достатнього для задоволення потреб у заданий термін. Симпліфікацію можна вважати частковою чи короткотерміною уніфікацією.

Спеціалізація - зосередження на певних підприємствах виготовлення обмеженої кількості типів виробів. Залежно від об'єктів, спеціалізація буває предметною та технологічною. Метрологічні об'єкти стандартизації - це правила й норми трудової діяльності для досягнення єдності та певної точності вимірювань.

Органи стандартизації — це підрозділи, які виконують функції державного управління всіма підприємствами й організаціями з питань стандартизації, здійснюють координуючу діяльність і діють від імені держави.

У сфері туризму України на національному рівні зараз діють 11 стандартів, з яких: 5 національних стандартів України (ДСТУ) – 2 з них стосуються закладів харчування і 3 – засобів розміщення; 6 міждержавних стандартів країн СНД (ГОСТ), що адаптовані згідно з українським законодавством як національні – з них 3 стосуються підприємств харчування і 3 – туристично-екскурсійного обслуговування.

*Рекомендована література: 1, 2, 5, 6, 11, 12, 16.*

## **Лекції 8**

### ***Система сертифікації туристичних послуг***

#### **План**

1. Сутність та основні принципи сертифікації туристичних послуг. *(Основні принципи та загальні правила системи сертифікації. Обов'язкова та добровільна сертифікація, об'єкти сертифікації, особливості сертифікації підприємств, що надають туристичні послуги)*

2. Державна система сертифікації УкрСЕПРО. *(Структура системи основні її органи: Національний орган з сертифікації; науково-технічна комісія; органи з сертифікації послуг; органи з сертифікації систем якості; випробувальні лабораторії (центри); експерти-аудитори; науково-методичний та інформаційний центр; територіальні центри стандартизації, метрології та сертифікації Держстандарту України, Український навчально-науковий центр з стандартизації, метрології та сертифікації. Органи з сертифікації туристичних та готельних послуг. Функції органів і осіб системи сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів сертифікації і порядок їх акредитації).*

3. Основні терміни в системі сертифікації. *(Відповідність, ідентифікація, декларація про відповідність, знак відповідності, сертифікат відповідності та ін.*

4. Вимоги щодо проведення сертифікації туристичних, готельних та ресторанних послуг. *(Обов'язкова і добровільна сертифікація підприємств туристичної індустрії. Відповідальність у разі порушення обов'язкової сертифікації. Три форми сертифікації підприємств. Правила проведення обов'язкової сертифікації туристичних та готельних послуг. Порядок проведення сертифікації підприємств туристичної індустрії)*

#### ***Ключові терміни та тези***

В Україні розрізняють обов'язкову та добровільну сертифікацію. *Обов'язкова сертифікація здійснюється виключно в межах державної системи управління суб'єктами господарювання, передбачає перевірку й випробування продукції з метою визначення її характеристик (показників) і подальший*

державний технічний нагляд за сертифікованою продукцією. *Добровільна сертифікація* може проводитися з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими (на договірних засадах). Організаційною основою сертифікації підприємствами продукції є мережа державних випробувальних центрів (ДВЦ) для найважливіших видів товарів і послуг виробничо-технічного та культурно-побутового призначення.

*Сертифікація послуг із тимчасового розміщення (проживання) та послуг ресторанного господарства* проводиться в Українській державній системі сертифікації продукції - Системі сертифікації УкрСЕПРО відповідно до «Правил сертифікації послуг із розміщення» та «Правил обов'язкової сертифікації послуг ресторанного господарства», затверджених наказом Держстандарту України від 27.01.99 р. № 37.

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

*Під час проведення обов'язкової сертифікації послуг, наданих підприємствами ресторанного господарства, усі вимоги можна згрупувати за напрямками:*

– протипожежні – згідно з ГОСТ 12.1.004-91 «Система стандартів безпеки труда. Пожарная безопасность. Общие требования»; – із енергобезпеки – згідно з ДНАСП 0.00-1.21-98 «Правила безопасности эксплуатации электроустановок потребителей»;

– екологічні – згідно з ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общие требования»; СанПіН 42-123-57777-91 «Санитарные правила для предприятий общественного питания, включающие кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое»; СНіП 2.08.02-89 «Общественные здания и сооружения»;

– метрологічні – згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.95 р. №108 «Про порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення»;

– санітарно-гігієнічні – згідно з СанПіН 42-123-4117-86 «Санитарные правила. Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов»; СанПіН 42-123-5777-91 «Санитарные правила для предприятий общественного питания, включающие кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое»;

– санітарно-технічні (за рівнем шуму, вібрації, освітлення, стану мікроклімату) – згідно з СанПіН 42-123-5777-91 «Санитарные правила для предприятий общественного питания, включающие кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое»;

– організаційно-технічні та технологічні, включаючи кадрові.

Після закінчення робіт, передбачених програмою обстеження, й отримання протоколів випробувань продукції (якщо такі проводилися), комісія оформлює звіт із пропозиціями про доцільність видачі сертифіката відповідності підприємству або необхідності проведення коригувальних заходів і готується відповідне рішення. Остаточне рішення про видачу (невидачу) сертифіката відповідності приймає керівник органу з сертифікації.

*Рекомендована література: 1, 2, 5, 6, 7, 9, 14, 16.*

## **Лекція 9**

### ***Ліцензування підприємств в сфері туризму***

#### **План**

1. Нормативна база ліцензування підприємств в Україні. *(Рішення уряду в області ліцензування підприємств. Основні нормативно-правові акти, на яких базується ліцензування).*

2. Умови ліцензування та порядок видачі ліцензій. *(Умови ліцензування підприємств туристичної індустрії. Органи і служби ліцензування підприємств в Україні. Основні документи, які передаються підприємством в уповноважений орган на ведення ліцензійної діяльності для юридичних і фізичних осіб. Порядок оплати за розгляд заяви і видачу ліцензії. Порядок видачі ліцензії).*

3. Умови припинення дії ліцензій. *(Проведення додаткової експертизи у разі виникнення суперечливих питань. Умови дії ліцензії та її анулювання).*

#### ***Ключові терміни та тези***

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

***Ліцензіат*** – суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

***Ліцензійні умови*** – установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

***Ліцензування*** – видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування. Таким чином, для одержання ліцензії здобувач повинен відповідати певним вимогам, перелік вимог визначається державою, держава, маючи право відкликання ліцензії, отримує

можливість регулювати та контролювати ринкову діяльність ліцензіатів, направляючи її в потрібне русло.

Повноваження органів державної влади України у сфері ліцензування України розподілені наступним чином:

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

- Кабінет Міністрів України здійснює реалізацію державної політики у сфері ліцензування;

- органи ліцензування (органи виконавчої влади, визначені Кабінетом Міністрів України) безпосередньо провадять ліцензування певних видів господарської діяльності.

У даний час в Україні підлягають ліцензуванню 45 видів господарської діяльності, серед яких з туризмом пов'язана тільки туроператорська, що значиться за № 30 [35], у той час як ліцензування турагентської діяльності скасовано згідно з Законом України № 2608-VI від 19 жовтня 2010 року.

Основні функції *органу ліцензування* у сфері туризму:

- забезпечення виконання законодавства у сфері ліцензування;

- затвердження спільно із спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування «Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності» та порядку контролю за їх додержанням;

- видання та переоформлення ліцензій, видання дублікатів ліцензій на туроператорську та турагентську діяльність, приймання рішень про визнання ліцензій недійсними;

- здійснення у межах своєї компетенції контролю за додержанням ліцензіатами Ліцензійних умов;

- видання розпорядження про усунення порушень Ліцензійних умов;

- анулювання ліцензії на туроператорську чи турагентську діяльність;

- формування і ведення Ліцензійного реєстру туроператорів і турагентів.

Фінансування органу ліцензування здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України або місцевого бюджету.

Перелік видів діяльності та умови ліцензування відрізняються по країнах світу, але існують деякі закономірності:

Діяльність засобів розміщення, звичайно, не ліцензується. Послуги готелів, як і ресторанів, найчастіше стають об'єктами стандартизації та сертифікації у різних видах (атестація, класифікація, категоризація), ніж ліцензування. Така практика є наслідком специфіки діяльності даних суб'єктів туристичної індустрії.

Діяльність туристичних фірм, що організують подорожі, звичайно, підлягає ліцензуванню, але не завжди стає об'єктом сертифікації. Діяльність фахівців туристичного супроводу – екскурсководів, гідів-перекладачів, спортивних інструкторів, провідників тощо – також звичайно не ліцензується.

Найчастіше вони виконують свої професійні обов'язки на підставі дозволу на право здійснення туристичного супроводу, який видається за результатами атестації.

*Рекомендована література: 2, 3, 5, 7, 11, 16.*

## Список основних рекомендованих джерел

1. Про стандартизацію: Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 2001. – № 31. – С. 145.
2. Про підтвердження відповідності : Закон України // Відом. Верховної Ради України. – 2001. – № 32. – С. 169.
3. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л. В. Баумгартен. – М. : КноРус, 2010. – 297 с.
4. Всеобщее управление качеством: учебник для вузов /О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, О. В. Юрин; под ред. О. П. Глудкина. – М.: Горячая линия – Телеком, 2001. – 600 с.
5. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навчальний посібник / С. С. Галасюк. – Одеса : Астропринт, 2011. – 234 с. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2288/1/Стандартизація,%20сертифікація%20туристичних%20послуг%20та%20ліцензування%20туристичної%20діяльності.pdf>
6. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 414 с. : Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/25859/1/1%20инт.%20Підручник%20Управл%20якістюХНАМГ.pdf>
7. Дехтярь Г. М. Лицензирование и сертификация в туризме / Г. М. Дехтярь. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.
8. Качанов В. С. Система управления качеством туристско-экскурсионного обслуживания: Учебное пособие. М.: ЦРИБ «Турист», Москва, 1988. – 91 с.
9. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.
11. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник./ Н.Є. Кудла.- К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 328 с.
12. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості.: навч. посіб. / О. І. Момот. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.
13. Окрепилов В. В. Управление качеством : учебник / В. В. Окрепилов. – М. : Экономика, 2000. – 639 с.
14. Сенин В. С. Некоторые аспекты сертификации туристских услуг и услуг гостиниц: метод. пособие. / В. С. Сенин, Т. А. Баженова, А. В. Хорошилов; М. : Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики, 1997. – 120 с.
15. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. – К.:КНТЕУ, 2006. – 234 с.
16. Шаповал М. І. Менеджмент якості: підручник / М. І. Шаловал. – К. : Знання; КОО, 2007. – 457 с.

### Інформаційні ресурси

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



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