



THE ACADEMY OF MANAGEMENT
AND ADMINISTRATION IN OPOLE

CONCEPTUAL BASES AND
TRENDS FOR DEVELOPMENT
OF SOCIAL-ECONOMIC
PROCESSES

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ
ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ
ПРОЦЕСІВ**

KONCEPTUALNE PODSTAWY
I TENDENCJE W ZAKRESIE
ROZWOJU PROCESÓW
SPOŁECZNO-EKONOMICZNYCH

THE ACADEMY OF MANAGEMENT AND ADMINISTRATION IN OPOLE

***KONCEPTUALNE PODSTAWY I TENDENCJE W ZAKRESIE
ROZWOJU PROCESÓW SPOŁECZNO-EKONOMICZNYCH***

***CONCEPTUAL BASES AND TRENDS FOR DEVELOPMENT OF
SOCIAL-ECONOMIC PROCESSES***

***КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ***

Monograph

Edited by Alona Ohienko

Tadeusz Pokusa

Opole 2019

ISBN 978-83-946765-2-0

Conceptual bases and trends for development of social-economic processes. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019; ISBN 978-83-946765-2-0; pp.330, illus., tabs., bibls.

Editorial Office:

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu
45-085 Polska, Opole, ul. Niedziałkowskiego 18 tel.
77 402-19-00/01 E-mail: info@poczta.wszia.opole.pl

Recommended for publication
by the Academic Council Faculty of Economics Mykolaiv V.O.Sukhomlynskyi
national university (Protocol No. 5 of December 5, 2018)

Reviewers

prof. dr hab. Marian Duczmal, prof. dr hab. Volodymyr Lagodienko

Editorial Board

*Wojciech Duczmal, Alona Ohiienko, Tadeusz Pokusa, Mykola Ohiienko,
Ivan Rogovskii, Ivan Kischak, Ruslan Skupskyyi, Sławomir Śliwa, Alona Obozna.*

Publishing House:

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu
45-085 Polska, Opole, ul. Niedziałkowskiego 18 tel. 77
402-19-00/01

200 copies

Authors are responsible for content of the materials.

ISBN 978-83-946765-2-0

© Authors of articles, 2019
© Publishing House WSZiA, 2019

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	
ВСТУП.....	8
PART 1	
SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL INTEGRATION PROCESSES	
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ В УМОВАХ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	
1.1. Improving assessment of education quality management in higher school of Ukraine Удосконалення оцінки управління якості освіти у вищій школі України (<i>Hanna Burdelna, Boiko Grygorii</i>).....	11
1.2. The research of the efficiency of management of hotel and restaurant businesses in Vinnitsa region Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини (<i>Iryna Mazurkevych</i>).....	19
1.3. The Regional market of educational services in the conditions of transgression: general sociological aspect Регіональний ринок освітніх послуг в умовах трансгресивності: загально-соціологічний аспект (<i>Nataliia Miroshkina, Valentyna Mazur, Jadwiga Ratajczak</i>).....	29
1.4. Development trends of social responsibility of business in Ukraine and Poland (<i>Liubov Melnychuk</i>).....	37
1.5. Need for the development of the socio-cultural sphere in the system of socio-economic development of the region Необхідність розвитку соціокультурної сфери у системі соціально-економічного розвитку регіону (<i>Liudmyla Nazarova, Anna Fedosova</i>).....	43

1.6.	Basis for sustainable development in road transportation. Zasada zrównoważonego rozwoju w transporcie drogowym (<i>Adam Walawender, Andrii Ohienko</i>).....	51
1.7.	Global supply chain in context of new model of economic growth Глобальні ланцюги постачань в контексті нової моделі зростання економіки (<i>Oleg Zagurskiy, Mykola Ohienko, Svitlana Rogach, Tadeusz Pokusa, Ivan Rogovskii, Lyudmyla Titova</i>).....	64
1.8.	Сучасний стан людського потенціалу України: регіональний розріз The current state of human potential of Ukraine: the regional section (<i>Mykola Ohienko, Alona Ohienko, Anna Porudieieva</i>).....	74
1.9.	Globalization and competitiveness of the national economy Глобалізація і конкурентоспроможність національної економіки (<i>Anna Pinchuk, Józef Kaczmarek, Alona Sushko, Vladylena Hyliuk, Natalia Brudkova</i>)	86

PART 2

**MODERN INNOVATION AND INVESTMENT POLICY IN THE TOURIST AND
HOTEL-RESTAURANT SPHERES OF THE ECONOMY**

**СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА В ТУРИСТИЧНІЙ
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРАХ ЕКОНОМІКИ**

2.1.	Personnel management is an integral part of hotel management Управління персоналом, як складова частина менеджменту готелю (<i>Anna Pinchuk, Witold Potwora, Olena Atanasevich, Alona Boiko</i>).....	97
2.2.	Trends in modern cultural tourism as an export strategy for tourism development Тенденції сучасного культурного туризму як експортної стратегії розвитку туризму (<i>Iryna Bondarchuk-Chugina, Filip Pokusa, Aleksandra Chuyko</i>).....	104
2.3.	Tendencies and strategies of cultural tourism development in Ukraine (<i>Iryna Bondarchuk-Chugina, Nataliia Boicheva</i>).....	113
2.4.	Innovative activities in the field of cultural and historical tourism Інноваційна діяльність у сфері культурно-історичного туризму (<i>Olena Havrylova, Iwona Mstowska</i>).....	123

2.5. Socio-economic development and tourism: a theoretical approach (<i>Daleep Kumar, Rajeev Sharma</i>).....	133
2.6. The socio-economic development of regions in terms of international integration processes (<i>Mansour Malik</i>).....	143
2.7. Formation of the product quality system at the hotel-restaurant type enterprise Формування системи якості продукції на підприємствах готельно- ресторанного типу (<i>Mykola Ohiienko, Artem Melnyk, Kristina Kravchenko</i>).....	155
2.8. Smoke as a commodity: prospects for the hookah industry in Ukraine Дим як товар: перспективи розвитку кальянної індустрії в Україні (<i>Mykola Ohiienko, Pavlo Mykhailov, Katarzyna Syrytczyk</i>).....	164
2.9. Directions of improvement of organization of tourist activity of Ukraine on the example of foreign countries Напрями удосконалення організації туристичної діяльності України на прикладі зарубіжних країн (<i>Mykola Ohiienko, Alona Ohiienko, Dmytro Chumachok, Mustafa Madadov</i>).....	172
2.10. Forecasting and managing the development of the regional excursion network of the Mykolaiv region Прогнозування та управління розвитком регіональної екскурсійної мережі Миколаївської області (<i>Yana Yatsenko</i>).....	182
2.11. Global factors and development prospects hotel and restaurant business Глобальні фактори і перспективи розвитку готельно- ресторанного бізнесу (<i>Alona Obozna, Nataliia Shabelnik, Kateryna Ruban, Tatyana Alekseeva</i>).....	194
2.12. Trends and development of modern tourism: world and national experience Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід (<i>Alona Obozna, Irina Mogilevich, Olena Havrylova</i>).....	202

- 2.13. Modern Internet technologies in the management of the efficiency of the restaurant and tourism industry
Сучасні інтернет-технології в управлінні ефективністю ресторанного та туристичного господарства
(Alona Obozna, Hanna Burdelna, Marina Didur, Evelina Knyazeva)..... 208
- 2.14. Analysis and dynamics of infrastructure development tourist industry of the region
Аналіз та динаміка розвитку інфраструктури туристичної галузі регіону
(Alona Obozna, Nelya Tsysnetskaya, Nadia Zaharchenko)..... 212

PART 3

**EUROINTEGRATION PROCESSES IN THE MODERN EDUCATIONAL SPACE:
PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS**

**ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ
ПРОСТОРІ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ**

- 3.1. Peculiarities of the functioning of persons with special needs: system approach
Особливості функціонування осіб із особливими потребами: системний підхід
(Irina Kuchmanych).....218
- 3.2. Variability of the future educators training for conducting musical classes in the preschool education establishment as a vocational, pedagogical and methodical phenomenon
Варіативність підготовки майбутніх вчителів к проведенню музичальних занять в установі дошкільного освіти як професійно-педагогічний і методичний феномен
(Tatyana Lisovskaya, Slawomir Sliva)..... 226
- 3.3. Social - pedagogical aspect of the productive professional training of the students' agrarian
Соціально-педагогічні аспекти продуктивного навчання студентів-аграріїв
(Svitlana Litvinchuk, Katerina Taikhryb)..... 237
- 3.4. Functions of information competence of the person
Функції інформаційної компетентності особистості
(Liudmyla Matokhniuk)..... 244

3.5.	Forming of spiritual culture of future teachers in educational process high school Формування духовної культури в здобувачів початкової освіти в освітньому просторі вищої школи (<i>Svitlana Parshuk, Svitlana Titova</i>).....	252
3.6.	The newest stage of reforming higher education in Poland and its influence on the training of a foreign language teacher Новітній етап реформування вищої освіти в Польщі та його вплив на підготовку вчителя іноземної мови (<i>Mariia Rakovska, Wojciech Duczmal</i>).....	260
3.7.	Psychological problems of development and socialization of person with special needs Психологічні проблеми розвитку та соціалізації особистості з особливими потребами (<i>Volodymyr Shevchenko</i>)	269
3.8.	Professional training of the specialists of informational, library and archival affairs in the context of realization of dual education Професійна підготовка фахівців інформаційної, бібліотечної та архівної справи у контексті реалізації дуальної освіти (<i>Svitlana Shuliak</i>).....	276
3.9.	The peculiarities of the influence of virtual space on the communication of student youth Особливості впливу віртуального середовища на спілкування серед студентської молоді (<i>Olha Serha, Liudmyla Komisarova</i>).....	282
3.10.	Peculiarities of professional selection and training of a penitentiary psychologist. Особливості профвідбору та підготовки пенітенціарного психолога. (<i>Anna Venger</i>).....	291
3.11.	Leadership in the Armed Forces of Ukraine in the context of European integration Лідерство у Збройних Силах України в контексті євроінтеграції (<i>Natalia Ruda</i>)	300
	ANNOTATION АНОТАЦІЇ	310
	ABOUT OF AUTHORS ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	321

2.7. Formation of the product quality system at the hotel-restaurant type enterprise

Формування системи якості продукції на підприємстві готельно-ресторанного типу

Однією з важливих складових менеджменту є запобігання втрати цінності продукції за рахунок зниження її якості. Істотним у діяльності підприємства, яке виробляє товари або надає послуги, що володіють цінністю для споживача, є збереження і збільшення наявного рівня якості. Адже процес забезпечення якості продукції являє собою сукупність запланованих і систематично проведених заходів, що створюють необхідні умови для виконання кожного етапу системи менеджменту задля найбільш повного задоволення вимог споживачів до якості.

Споживачі купують лише ту продукцію і ті послуги, які мають певну цінність. Сучасний менеджмент прийшов до розуміння того, що управляти потрібно не лише виробництвом продукції або послуги, але й створенням цінності для споживача, так як продукція або послуга є носіями цієї цінності.

У загальному випадку, формування цінності відбувається в процесі виробництва продукції або послуги. Механізм формування цінності заснований на переробці та використанні цих ресурсів. Спочатку ресурси вже наділені деякою комбінацією властивостей. У процесі виробництва відбувається цілеспрямована зміна цих властивостей, щоб вони стали корисними для споживача. Ці зміни відбуваються в рамках бізнес-процесів підприємства. Під бізнес-процесом розуміють сукупність різних видів діяльності, які створюють результат, важливий для організації, споживача або замовника. Сама ж процесна модель складається з безлічі бізнес-процесів, учасниками яких є структурні підрозділи і посадові особи організаційної структури підприємства. На основі цього принципу підприємство повинно визначити процеси проектування, виробництва і постачання продукції або послуги. За допомогою керування процесами досягається задоволення потреб замовників. Як наслідок, керування результатами процесу переходить у керування самим процесом.

Система менеджменту якості функціонує одночасно з іншими видами діяльності підприємства, що впливають на якість продукції або послуги, і взаємодіє з ними. Її вплив поширюється на всі етапи "петлі якості" – від початкового визначення до кінцевого задоволення вимог і потреб

споживача. Петля якості — модель взаємозалежних видів діяльності всіх працівників організації (підприємства, фірми, компанії) та виконуваних ними функцій, які впливають на якість продукції на всіх етапах її життєвого циклу (від визначення потреб споживачів до оцінки їх задоволення). З розвитком і удосконаленням систем менеджменту якості зростає роль стандартів відповідності, менеджмент інформаційної безпеки та ін., що, в свою чергу, є частиною загальної системи менеджменту підприємства.

В даний час в туризмі спостерігається тенденція, при якій такий показник як якість відіграє одну з ведучих ролей в управлінні виробництвом туристичних послуг і її наступною реалізацією. У розвинутих країнах управлінню якістю на підприємстві приділяється особлива увага всім підрозділам, що впливають на якість туристичних послуг. Ефективність функціонування підприємства на ринку туристичних послуг залежить від результатів управління якістю. Багато компаній намагаються детально спланувати процес постановки управління якістю. Якість туристичних послуг (включаючи новизну, технічний рівень, відсутність дефектів та зауважень при наданні) є одним з найважливіших засобів конкурентної боротьби, завоювання й утримання позицій на ринку. Тому підприємства приділяють особливу увагу забезпеченню високої якості туристичних послуг, установлюючи контроль на всіх стадіях виробничого процесу, починаючи з контролю якості використовуваних ресурсів і закінчуючи визначенням відповідності випущеного турпродукту характеристикам і параметрам не тільки в ході його дослідження, але й в експлуатації. Тому управління якістю туристичних послуг стало основною частиною виробничого процесу і спрямовано не стільки на виявлення дефектів або браку в готовому турпродукті, скільки на перевірку якості в процесі його виробництва та надання. Підвищення якості послуг здійснюється за комплексом напрямів (рис.1.)

Поліпшення якості туристичних послуг має велике соціально-економічне значення. Висока якість є показником науково-технічного прогресу, джерелом економії суспільної праці, природних, трудових і матеріальних ресурсів, значним резервом підвищення ефективності виробництва послуг. Соціальне значення поліпшення якості послуг полягає в тому, що воно формує сприятливі умови для відтворення і розвитку фізичних і духовних здібностей людей як головної продуктивної сили суспільства.

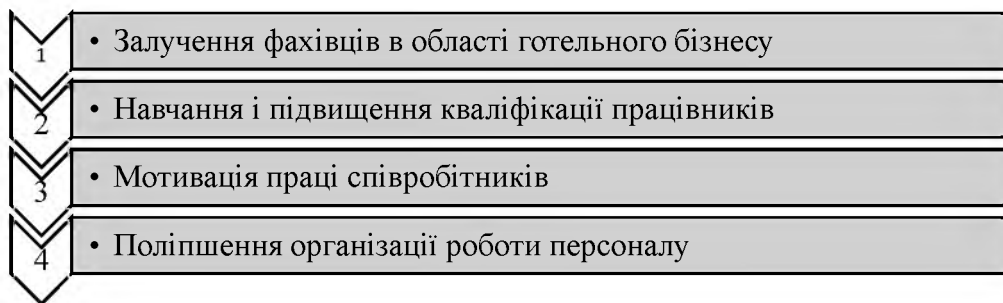


Рисунок 1 – Комплекс напрямів щодо підвищення якості туристичних послуг*

* Побудовано автором

Кожна організація самостійно або за допомогою кваліфікованих консультантів визначає, які інструменти удосконалення їй більше підходять. Фактично в кожній галузі існує своя специфіка і діють свої стандарти та правила, засновані на модифікаціях процесних підходів.

Основне призначення системи менеджменту якості полягає у виявленні відхилень (дефектів) від установлених вимог до якості продукції і послуг та застосуванні рішень з подальшого використання виробів, що мають дефекти. Сюди належать також проведення заходів щодо недопущення повторних відхилень за рахунок своєчасної розробки і реалізації заходів коригувального впливу. Тобто, система менеджменту якості є, як і система планування та управління виробництвом, система матеріально-технічного постачання, фінансова система і т.д. частиною системи організації виробництва [6].

Першим кроком на шляху ефективного менеджменту якості є розуміння структури бізнес-процесів підприємства. Добре уявляючи структуру бізнес-процесів, менеджери підприємства зможуть краще розуміти, де знаходиться джерело сигналів, які інформують про втрати якості. Більше того, знаючи структуру бізнес-процесів, ми зможемо розставити чутливі датчики в таких місцях, щоб від них надходили попереджувальні сигнали, використовуючи які можна запобігти виникненню втрат якості. Практикою встановлено, що найбільш ефективно треба вимірювати втрати якості за допомогою двох показників: функції втрат якості та відношення сигнал/шум [5].

Розглянемо зміст елементів системи якості відповідно до вимог стандарту ISO 9001, класифікованим по цільовому призначенню.

Керівництво підприємства відповідно до вимог стандарту відповідає за виконання таких завдань:

– Визначення і документальне оформлення політики в галузі якості. Політика повинна відповідати цілям організації, а також очікуванням і потребам споживачів. Політика якості повинна бути відома кожному зі співробітників.

– Визначення і документальне оформлення відповідальності, повноважень і взаємодії співробітників, праця яких має вплив на якість, їхні завдання, сферу їхньої діяльності. Доцільно систему якості будувати на вже існуючих організаційних нормативах.

– Визначення і документальне оформлення вимог до ресурсів (фінансові та інші джерела, необхідні для здійснення поставлених завдань), забезпечення необхідними ресурсами, а також призначення кваліфікованих фахівців, що здатні здійснити поставлені завдання в області якості.

– Призначення довіреної особи (представника керівництва), що повинна безпосередньо підпорядковуватися директору і координувати роботу по створенню, впровадженню і функціонуванню системи якості.

– Періодичний аналіз системи якості на відповідність вимогам стандарту і прийнятої політики в області якості. Дані аналізу реєструються. Формуються вказівки по усуненню виявлених недоліків. Аналіз керівництва в першу чергу ґрунтується на даних зовнішнього і внутрішнього аудиту, і служить самоконтролю. Аналіз варто проводити керівництву підприємства на чолі з директором.

Виконання усіх вимог, передбачених стандартом, повинно бути документально оформлене у вигляді методик. Основним документом системи якості є «Керівництво із якості». Керівництво містить опис системи якості, структуру її документації, методики або посилання на них. Вказівки по розробці «Керівництва з якості» наведені в ISO 10013. Посібник із якості повинно містити посилання на обраний стандарт. Крім розробки методик, на підприємстві повинні бути розроблені і документально оформлені програми періодичного аналізу відповідності процесів, методів, устаткування, кваліфікації персоналу на відповідність вимогам діючої документації, методики прийняття відповідних коригуючих заходів.

На підприємстві повинні бути розроблені і документально оформлені методики аналізу контракту. Методики стосуються вимог, викладених у ньому (чіткість, несуперечливість між собою, належне документальне

оформлення). Методики відбивають також спроможності підприємства виконати контракт. Необхідно встановити вимоги до ведення протоколів аналізу контракту. Повинен бути визначений порядок внесення виправлень у контракт. Документ може знаходитися на будь-якому носії даних - на папері, на дискеті, на магнітному диску і т.п. Вимоги стандарту поширюються на документацію системи якості, а також на деякі зовнішні документи, наприклад, стандарти і креслення споживача.

Управління документацією і даними на підприємстві готельно-ресторанного типу повинно мати наступну структуру (рис.2).



Рисунок 2 – Структура документації системи якості*

**Побудовано автором*

Документація управління якістю підрозділяється на три рівня. До документів першого (вищого) рівня належать «Керівництво із якості» і «Політика в області якості». У «Керівництві з якості» міститься інформація про систему якості підприємства, ролі і відповідальності персоналу в області забезпечення якості. У цьому документі містяться також методики координації робіт із забезпечення якості.

Керівництво видається у вигляді самостійного документа і затверджується на рівні вищого керівництва фірми. «Основним призначенням керівництва з якості є визначення загальної структури

системи якості і виконання функції постійного довідкового матеріалу при впровадженні й організації функціонування цієї системи» (ДСТУ ISO 9004-1-95 5.3.) [4, с.176].

Документація другого рівня - це методики й інструкції, що описують процедури виконання вимог стандартів ISO серії 9000. Вона в основному призначена для керівників середньої ланки.

Документація третього рівня призначена для конкретних підрозділів, ділянок, робочих місць. Це - документація методологічного, інструктивного і керівного характеру. Уся документація взаємозалежна і скоординована в керівництві по якості, і спрямована на досягнення цілей, викладених у політиці в галузі якості.

Стандарт вимагає встановлення і документального оформлення процедур затвердження документації, її випуску і внесення змін. Перегляд, перевірка, затвердження документів завжди повинні проводитися з фіксуванням дії. Це означає, що в будь-який час можна встановити особу, що здійснила перевірку, а також місце і дату підтвердження [30].

Вимога стандарту поширюється на розробку методики виконання коригуючих і попереджуючих дій, пов'язаних з усуненням причин фактичних або потенційних невідповідностей. Джерелами інформації про невідповідності можуть бути, наприклад, результати аудитів, перевірок, свідчення якості, зведення послуг покупцям, рекламації покупців. Для усунення причин невідповідності необхідно не тільки виявити відхилення, визначити їхні причини, але і спланувати коригуючі і попереджуючі заходи, якими можна усунути причини помилки, і запобігти наступним невідповідностям. В результаті проведених дій необхідно оцінити їхню результативність і ефективність. У випадку низкою ефективності необхідно розробити і прийняти коригуючі і попереджуючі дії. Весь цей процес необхідно документально оформити.

Методики коригуючих дій повинні передбачати:

- Розгляд претензій споживача і повідомлень про невідповідність продукції.
- Обробку рекламацій, призначення відповідальних.
- Дослідження причин невідповідності продукції, процесів і системи якості і реєстрацію результатів дослідження.
- Визначення і проведення коригуючих дій, спрямованих на усунення причин невідповідності.

Методики попереджуючих дій повинні передбачати:

- Збір інформації з відповідних джерел (результати перевірки, протоколи якості, інформація про процеси, опити споживачів і ін.)
- Аналіз інформації і при необхідності визначення і реалізацію попереджуючих заходів.
- Контроль з метою забезпечення ефективності попереджуючих заходів.
- Надання відповідної інформації про виконані дії керівництву для аналізу.

Побудова системи якості передбачає укладання методик, що забезпечують реалізацію вимог стандарту. Виконання цих методик і укладання протоколів виконання є важливою частиною функціонування системи якості. Протоколи якості ведуться з метою підтвердження ефективності функціонування системи якості. Протоколи можуть бути використані в ході аудиту і самооцінки. Доцільно створення реєстру протоколів із присвоєнням кожному протоколу ідентифікаційного знака і вказанням відповідальних осіб. Зареєстровані дані, отримані від субпідрядників, повинні стати частиною загальних даних.

Підприємству необхідно розробити річний календарний графік аудиту системи якості, який затверджує керівник. Календарний графік повинен відображати наступне: які пункти стандарту перевіряються, і якими організаційними структурами буде здійснюватися перевірка; які перевірки будуть проводитися, і хто з аудиторів буде їх проводити.

Внутрішні аудити націлені не тільки на виявлення недоліків, але і на постійне підвищення ефективності системи. Дані внутрішніх аудитів є частиною вхідних даних для аналізу з боку керівництва. Вказівки по перевірці систем якості, кваліфікаційні вимоги до аудиторів і вказівки до укладання плану перевірок наведені в стандартах ISO 10011-1, 10011-2, 10011-3.

Підготовка персоналу на підприємствах готельно-ресторанного типу має свою специфіку. Методики, що стосуються забезпечення вимог до кваліфікації персоналу повинні включати: визначення потреби в підготовці персоналу і заходи для підготовки всього персоналу, що виконує роботи, від яких залежить якість. До такої документації належить річний план навчання, у якому зазначено, які співробітники і коли повинні пройти підвищення кваліфікації. Нові співробітники повинні пройти спеціальне

навчання управлінню якістю і курс по вивченню принципів функціонування системи якості. Черговий план підготовки пов'язаний із результатами аудиту і результатами тестування співробітників у ході попереднього навчання. Усі документи, пов'язані з навчанням: план і програми навчання, кваліфікаційні посвідчення визначеного терміну дії, результати здачі тестів повинні бути зареєстровані і зібрані в реєстр.

Діяльність підприємства пов'язана з обробкою значного обсягу інформації. Результати обробки забезпечують правильність прийняття рішень. Найефективнішими засобами обробки наукової інформації є статистичні методи. Стандарт передбачає розробку внутрішніх документів, у яких визначено, які дані необхідно обробляти і які статистичні методи варто застосувати для обробки цих даних. Приклади статистичних методів, що широко застосовуються це регресійний аналіз, який дозволяє створити кількісну модель характеру змін процесу або продукції у випадку зміни протікання процесу; дисперсійний аналіз, що дозволяє розділити загальну функцію зміни процесу на складові частини, пов'язані з різними джерелами обурень і встановити причинно-наслідковий взаємозв'язок і пріоритети в діяльності по поліпшенню якості. Графічні методи, контрольні карти й ін.

Не менш важливим щодо побудови системи якості на підприємстві є застосування збалансованої системи показників. Збалансована система показників (Balanced Scorecard – BSC) - система оцінки та стратегічного розвитку бізнесу підприємства, заснована на системі показників, що характеризують його діяльність за чотирма напрямками: фінанси, споживачі, внутрішні бізнес-процеси, навчання й розвиток персоналу.

Основна мета концепції BSC полягає в необхідності збалансованого розвитку організації за виділеними чотирма напрямками. BSC дозволяє трансформувати місію підприємства в конкретні завдання та показники, що їх визначають, які можливо оцінити кількісно. Ця система не тільки становить оціночну систему, але і служить засобом стратегічного управління, оскільки дозволяє і сформулювати стратегію розвитку підприємства, і перевести її у площину конкретних стратегічних завдань і показників, що їх визначають.

Споживацька складова визначає цільові сегменти споживчого ринку та цільову групу споживачів. До ключових показників споживацької складової належать: частка ринку, збереження клієнтської бази, розширення клієнтської бази, задоволення потреб споживача,

прибутковість споживача. Ці показники можуть бути згруповані в ланцюжок причинно-наслідкових зв'язків.

Таким чином, етап розробки і підготовки процесів надання готельно-ресторанних послуг передбачає чітке відтворення технологічних процесів на підприємстві, у тому числі надання послуг, раціональна організація робочих місць, формування гідного персоналу, умови внутрішнього та зовнішнього середовища для споживачів послуги та ін. Тим самим, усвідомлення існування процесу «створення якості» надання послуг призвело до формування нової концепції – управління якістю, яке забезпечує якість надання послуги.

В свою чергу, забезпечення якості – це дії, які плануються та систематично виконуються організацією-постачальником та створюють упевненість у тому, що якість послуги відповідатиме вимогам, що висуваються до неї.

Світовий досвід показує, що головне в удосконаленні управління готелем — це удосконалювання управління персоналом. Створення конкурентоздатного готелю завжди пов'язано з його працівниками. Правильні принципи організації надання послуг, оптимальні системи, форми і методи роботи відіграють важливу роль, але реалізації всіх можливостей, закладених у нових методах управління, залежить уже від конкретних людей. Відомі світові готельні корпорації сьогодні мають сформовану корпоративну культуру-систему цінностей і переконань, колективну свідомість, менталітет організації, якого дотримуються усі працівники.

Тому, формування корпоративної культури закладу є принципово важливим на сучасному етапі надання готельно-ресторанних послуг. Тим самим, важливою складовою корпоративної культури є система загального управління якістю (TQM), яка зорієнтована на якісне задоволення попиту клієнтів. А саме:

- «...впровадження інноваційних інструментів управління якістю (бенчмаркінг, аутсорсинг, інсорсинг, контролінг, бюджетування та ін.),

- врахування стохастичної поведінки на ринку та ліберальності у сприйнятті рівня якості різних послуг, що вирішується через формування уявлень про послугу у споживача та чіткому розмежуванні ролі учасників процесу надання послуги».

Таким чином, формування власної корпоративної культури готелю є завданням сьогодення, яке повинне опиратися на наступні принципи позиції як орієнтація на споживача, увага до лідерства керівника, профільне залучення працівників, системний підхід до управління готелем, ввічливість, компетентність, комунікабельність, доступність і найголовніше, це підхід до системи якості як процесу.

2.8. Smoke as a commodity: prospects for the hookah industry in Ukraine

Дим як товар: перспективи розвитку кальянної індустрії в Україні

В останні роки в нашій країні набуло широкого поширення куріння кальяну. З кожним днем популярність кальяну набирає обертів, хоча ще зовсім недавно кальян вважався екзотикою Сходу. Сьогодні кальян є для всіх звичним явищем. Зростає число людей, для яких кальянопаління є не просто засобом розслаблення, а способом життя і частиною їх культури, для них неможливо уявити заклад громадського харчування без надання послуги куріння кальяну. За допомогою цієї соціальної практики люди визначають свою приналежність до певної соціальної групи в суспільстві, а також виникає питання: як же кальян може допомогти людям підтримувати їх статус і чому це так важливо для них? Чому люди готові нехтувати законом заради задоволення такого роду потреб?

При підготовці даної роботи в якості об'єкта дослідження нами були обрані кальянні заклади, в тому числі приватні кальянні. Предметом дослідження виступають соціально-економічні фактори, що впливають на причини відвідування кальяну закладів, а також були вивчені тонкощі роботи в сфері кальянного бізнесу, необхідні закони України, а також тіньовий ринок кальянної індустрії. Вибір обумовлений: а) прагненням автора глибше розібратися в суті тих явищ і процесів, які відбуваються в близькому йому соціокультурному середовищі; б) розумінням значущості статусу, а також сучасною модою, соціальною роллю і бізнес розвитку кальяну закладів і кальянів в цілому, специфіки їх культурного, масового розвитку і дохідного рівня для визначення перспектив майбутнього стану розвитку кальянної індустрії в Україні.

До України кальянна індустрія прийшла відносно недавно, в 2013-2014 роках, перша кальянна, саме заклад, який позиціонував себе як