

Столярчук В. М.

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Представлено аналіз можливості забезпечення різних рівнів якості продукції готельно-ресторанного господарства. Виявлено обумовленість низької інноваційної діяльності вітчизняних готельно-ресторанних підприємств спрямованістю якості їх продукції здебільшого на рівень відповідності нормативно-технічним вимогам. Запропоновано при розробленні нової продукції та удосконаленні традиційної враховувати можливість забезпечення очікуваних потреб споживачів та перспективи їх подальшого розвитку.

Ключові слова: продукція, послуги, оцінка якості продукції, інноваційна діяльність, готельно-ресторанна сфера.

1. Вступ

Наукові публікації останніх років засвідчують сплеск розвитку сфери послуг у світі, що розпочався ще з кінця ХХ століття [1–3]. Але вітчизняні фахівці звертають увагу на те, що в Україні розвиток сфери послуг відбувається занадто повільно. Як суттєві її недоліки виділяють некваліфікованість персоналу, недостатність розвитку інфраструктури, низьку якість надання послуг, обумовлену відсутністю впровадження систем управління якістю, використання застарілих технологій та методів управління тощо [1, 3, 4].

Зазначені загальні проблеми сфери послуг України характерні також і для готельно-ресторанної галузі [1, 4]. Саме вони в значній мірі й обумовлюють низьку конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Отже, постає нагальна необхідність їх вирішення.

2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми

Проведений нами аналіз низки публікацій показав, що світова готельно-ресторанна сфера розвивається в двох напрямках: поліпшуюча інновація основних послуг і розширення асортименту додаткових послуг [2, 4–7]. При цьому можна відмітити, що вітчизняна готельно-ресторанна галузь розвивається аналогічними шляхами, хоча значно відстає від світової за темпами. Як засвідчують данні літературних джерел, туристична сфера України, в тому числі й готельно-ресторанна галузь, має значний потенціал [4, 7]. Проте для його розкриття та отримання відповідних прибутків необхідно підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Забезпечити її можна шляхом радикальних інновацій. При використанні такої стратегії з'являються не лише нові види сервісної діяльності, а й виникають нові види потреб споживачів. Таким чином, можна забезпечити переваги лідера у галузі чи навіть і загальносвітові.

Слід також відмітити низький рівень якості послуг готельно-ресторанних підприємств України, порівняно з підприємствами інших країн [3–8]. Це значним чином впливає на конкурентоспроможність вітчизняного туризму на світовому ринку та обмежує можливість

отримання прибутку. Навіть основні послуги підприємств готельного господарства України (проживання та харчування) досить часто мають низьку якість. При цьому, при впровадженні на підприємствах нових додаткових послуг автоматично переносяться на них вже існуючі несприятливі умови виробництва (наприклад, низька кваліфікація персоналу, фізично чи морально застаріле технологічне оснащення, відсутність впровадження методів управління якістю послуг тощо). Це дає підґрунтя вважати, що подібні фактори зводять нанівець зусилля щодо інноваційної діяльності на підприємстві.

Таким чином, є доцільним виявлення загальних методологічних аспектів оцінювання якості послуг та забезпечення їх відповідності при проектуванні радикальних інновацій у готельно-ресторанній галузі України.

3. Результати досліджень критеріїв відповідності якості продукції готельно-ресторанного господарства

Суттєвою перешкодою на шляху вирішення вище зазначених проблем вітчизняної готельно-ресторанної галузі є неоднозначність трактування поняття якості послуг [5, 6]. Проблема ускладнюється неоднозначністю як у кількісному, так і в якісному вираженні. У сучасній науковій та нормативній літературі саме поняття якості розглядають із різних позицій: філософської, соціальної, технічної, економічної, правової. Така багатогранність визначення забезпечує можливість глибоких різносторонніх досліджень із урахуванням методологій багатьох галузевих наук, проте унеможливорює однозначне універсальне тлумачення поняття. Таким чином, значна більшість сучасних нормативних документів розглядає лише відповідні певні сторони якості. Така неоднозначність розуміння базового поняття значно ускладнює навіть сам процес ототожнення конкретної складової якості для відповідних послуг як об'єкта дослідження. Виділяють різні складові поняття якості: технічну, економічну, соціальну, екологічну тощо. При цьому досить часто навіть для продукції в межах однієї групи різними експертами можуть бути виділені різні складові. Тому, уже на початковому етапі дослідження певної складової якості продукції (чи групи складових) постають

значні перешкоди до визначення безпосередньо об'єкта та предмета дослідження. Із іншого боку, в науковій літературі розглядається можливість використання різних підходів до встановлення рівня якості послуг [3, 6, 9, 10]. Проте жоден із них не забезпечує можливості кваліметрично однозначного вираження. Таким чином, для вирішення зазначеної проблеми необхідно, перш за все, забезпечити однозначність кількісного вираження відповідного рівня якості, що досягається.

Один із загальноприйнятих підходів до оцінки якості продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного та оптимального її рівнів. Самі по собі абсолютні значення характеристик якості не відображають ступінь її відповідності вимогам. Тому, зазвичай, із абсолютним рівнем одночасно визначають і відносний рівень якості продукції, проводячи порівняння з базовим значенням показника. При цьому за останній приймають сукупність характеристик показників якості продукції, що закріплена в нормативно-технічній документації. Безперечно стандартизація є одним із найважливіших елементів сучасного механізму керування якістю продукції. Це нормотворча діяльність, що знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах. Проте проведений аналіз нормативно-технологічної документації, яка регламентує діяльність у готельно-ресторанному господарстві, свідчить, що значна її частина була розроблена ще наприкінці ХХ століття. Отже, вони не відображають досягнень науки останніх десятиліть, а в результаті й не можуть забезпечувати максимальне задоволення потреб сучасного споживача. Виникає нагальна потреба приведення у відповідність нормативно-технічної бази, яка регламентує основні критерії якості. При цьому сукупність базових значень показників якості повинна відображати оптимальний рівень якості продукції та відповідність сучасному світовому розвитку галузі.

Із розвитком науки й техніки значення показників, що входять до критерію оптимізації, і їх обмеження поступово змінюються. Це призводить до зміни оптимальних значень показників якості продукції. У зв'язку з цим, при розробці нових процесів галузі виникає потреба врахування перспективного рівня якості з передбаченням пріоритетних напрямів і темпів розвитку науки і техніки.

Оцінюючи якість продукції, особливо при розробці нових її видів, розглядають досягнення рівня оптимальності. Це рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво й використання (експлуатацію, споживання) продукції за певних умов споживання була б мінімальною. Поліпшення значень показників якості продукції здійснюється так, щоб їх спільний ефект набував би найкращого значення за заданих витрат. При цьому слід зазначити, що діяльність у сфері послуг спрямована на максимальне задоволення потреб споживачів. Отже, підвищення значення показників оптимального рівня якості продукції має інший вектор дії. Така невідповідність не забезпечує можливості отримання максимально бажаного ефекту задоволення потреб споживачів при впровадженні новинок. У результаті інноваційна діяльність не приносить бажаного результату. Це, ймовірно, є одним із факторів, який обумовлює низький інноваційний розвиток вітчизняних підприємств готельно-ресторанної сфери.

Останнім часом значну увагу приділяють «ринковій новизні» продукції. У зв'язку з цим постає необхідність

оцінювати саме ступінь задоволення потреб споживачів. Із цією метою використовується підхід до поділу рівнів якості, групуючи критерії за відповідністю:

- стандарту (діючим нормативним документам);
- призначенню і використанню;
- фактичним потребам споживачів (існуючим вимогам ринку);
- прихованим потребам (очікуваним потребам споживачів).

Значну увагу при цьому необхідно приділити «прицільній якості», яка в маркетингових дослідженнях указує на той рівень якісних параметрів, що найбільше відповідає потребам та можливостям споживачів відповідного сегмента ринку. Згідно з моделлю «прицільної якості» Норіакі Кано однією із складових профілю якості є приваблива (випереджуюча) якість, яка відповідає «сюрпризним» характеристикам продукції та викликає захоплення. Споживач формує у своїй свідомості деяку «очікувану якість», яку бажає отримати в процесі придбання та використання продукції. Таким чином, необхідно встановлювати та оцінювати як реальну якість продукції так і «очікувану якість», яка сформована у свідомості споживача.

Взаємний двосторонній вплив науково-технічного прогресу та потреб людини, сприяє, відповідно, і їх взаємному розвитку. Такі процеси обумовлюють генеральний напрям розвитку якості продукції, який відображає історичну тенденцію її зростання. Якщо якість продукції відображатиме лише характеристики певного історичного етапу їх розвитку, це не забезпечуватиме можливості ефективної її оцінки. Тому з метою забезпечення можливості розвитку галузі рівень якості її продукції відповідно також повинен бути динамічною категорією. Для цього необхідно провести комплексне вивчення ринку та розробити ефективну програму забезпечення якості, спрямовану на забезпечення потреб сучасного споживача. Система якості продукції повинна бути гнучкою, зі швидкою реакцією на зміну потреб споживачів та попиту на продукцію.

4. Висновки

Для забезпечення високої ефективності інноваційної діяльності та досягнення високого рівня якості продукції в готельно-ресторанній галузі України необхідно розробити та реалізувати на практиці динамічну систему забезпечення якості продукції за різними рівнями відповідності. При цьому її обов'язковими складовими мають бути критерії відповідності: нормативно-технічним документам, фактичним потребам споживачів, очікуваним потребам споживачів, досягнення рівня оптимальності, потенціал перспективного розвитку. У свою чергу для реалізації цього завдання необхідна методологія оцінки такої комплексної структури. Вирішення цих завдань є перспективою наших подальших досліджень.

Література

1. Кучин, С. П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні [Текст] / С. П. Кучин, Н. В. Сарматичка // Економіка та управління національним господарством. — 2011. — № 3(15). — С. 43–46.
2. Отчетный доклад на Общем собрании членов Российской Гостиничной Ассоциации [Текст] // Отель. — 2012. — № 3. — С. 52–55.

3. Велева, С. А. Идентификация основополагающего фактора влияния на туристический рынок Украины [Текст] / С. А. Велева, А. И. Велев // Экономика и управление. — 2012. — № 3. — С. 112–116.
4. Ілляшенко, Н. С. Визначення стратегічних управлінських рішень в залежності від рівня задоволення потреб товаровиробників і споживачів [Текст] / Н. С. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. — 2008. — № 4. — С. 136–140.
5. Кац, М. Сервис: контроль качества [Текст] / М. Кац, К. Корольчук // Ресторатор. — 2013. — № 4(102). — С. 38–43.
6. Кальченко, Л. А. Управление системой качества услуг в гостиничном бизнесе [Текст] / Л. А. Кальченко, Я. В. Подольяк // Культурга народов Причерноморья. — 2007. — № 121. — С. 66–68.
7. Ресторанный бизнес Украины за 10 лет [Текст] // Ресторатор. — 2013. — № 1–2(100). — С. 60–62
8. Кулаева, М. Рецепт роста продаж — Cross-selling! [Текст] / М. Кулаева // Отель. — 2012. — № 7. — С. 32–33.
9. Столярчук, П. Експертно-соціологічна оцінка якості послуг закладів ресторанного господарства [Текст] / П. Столярчук, Н. Сусол, Л. Сопільник // Вимірювальна техніка та метрологія. — 2007. — № 67. — С. 123–129.
10. Сергійко, В. Ф. Фактори підвищення якості послуг в готельній індустрії та їх класифікація [Електронний ресурс] / В. Ф. Сергійко. — Режим доступу: \www/URL: http://jnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2972/2930.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНИВАНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Предоставлено анализ возможности обеспечения разных уровней качества продукции гостинично-ресторанного хозяйства. Установлено обусловленность низкой инновационной деятельности отечественных гостинично-ресторанных предприятий направленностью их качества в большей степени на уровень соответствия нормативно-техническим требованиям. Предложено при разработке новой продукции и усовершенствовании традиционной учитывать возможность обеспечения ожидаемых потребностей потребителей и перспективы их дальнейшего развития.

Ключевые слова: продукция, услуги, оценка качества продукции, инновационная деятельность, гостинично-ресторанная сфера.

Столярчук Валентина Миколаївна, кандидат технічних наук, доцент, кафедра готельно-ресторанної та курортної справи, ВНЗ Укоопспілка «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна, e-mail: w_stol@mail.ru.

Столярчук Валентина Николаевна, кандидат технических наук, доцент, кафедра отельно-ресторанного и курортного бизнеса, ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», Украина.

Stolyarchuk Valentyna, Poltava University of Economics and Trade, Ukraine, e-mail: w_stol@mail.ru

УДК 678:547.633.6

Тараненко Н. Н.

ПОЛУЧЕНИЕ И СВОЙСТВА СТРУКТУРНО-ОКРАШЕННОЙ АЛКИДНОЙ СМОЛЫ

Описан способ получения структурно-окрашенной алкидной смолы, модифицированной маслом. Способ отличается от традиционной схемы получения алкидной смолы, модифицированной маслом тем, что по окончанию переэтерификации в смесь вводят азопигмент, как окрашивающее вещество. Синтезированные окрашенные смолы обладают высокой укрывистостью и светостойкостью и могут применяться в производстве лакокрасочных материалов как олигомерные красители.

Ключевые слова: модификация, азопигмент, светостойкость, олигомерный краситель.

1. Введение

Окрашивание полимерных материалов является важным технологическим процессом. Окрашивание полимеров пигментами представляет определенные трудности, связанные с неравномерным смешением компонентов, сложностью достаточно эффективного диспергирования пигментов и их равномерного распределения среди пленкообразующих связующих.

Окрашивание полимерных материалов осуществляется тремя известными методами — поверхностного окрашивания, в массе и структурного окрашивания. При поверхностном окрашивании красящее вещество связывается с полимером за счет слабых ионных или водородных связей, что не обеспечивает высокой прочности окраски. Окрашивание полимеров в массе или при их переработке включает следующие стадии: смешение полимера с окрашивающим веществом, расплавление окрашенной смеси и грануляцию или формование изделия. К недостаткам относятся — высокая стоимость окрашенного изделия, длительность процесса, возможность использования лишь стандартных цветов, ограни-

ченное количество изделий в партии. При структурном окрашивании хромофорный компонент входит в полимерную матрицу, тем самым, исключая негативное влияние красителей (пигментов) на физико-технические свойства полимерных материалов: светостойкость, старение, меление или миграцию.

Значительный интерес представляют исследования по синтезу структурно-окрашенных алкидных олигомеров, поскольку алкидные олигомеры являются основой для изготовления индустриальных лакокрасочных материалов, неотъемлемой составляющей технологии которых является стадия диспергирования пигментов и наполнителей. Практический интерес представляет собой работы по улучшению потребительских свойств алкидных лакокрасочных материалов: светостойкость, укрывистость.

2. Цель работы

Настоящая работа посвящена изучению закономерностей получения структурно-окрашенной алкидной смолы модифицированной маслом.