

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



ТРАЧЕНКО Л. А.

ПОСЛУГА ЯК ОБ'ЄКТ ТОВАРОЗНАВСТВА: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ЯКІСТЮ

Навчальний посібник

Видання 2-ге, виправлене та доповнене

ОДЕСА ОНЕУ 2015

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ТРАЧЕНКО Л. А.

**ПОСЛУГА ЯК ОБ'ЄКТ ТОВАРОЗНАВСТВА:
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ЯКІСТЮ**

Навчальний посібник

Видання 2-е, перероблене та доповнене

Одеса ОНЕУ 2015

УДК 338.46:005.336.3 (075.8)

ББК 30.607я73

Т 65

Рекомендовано Вченою радою Одеського національного економічного університету (протокол № 1 від 31.08.2015 р.)

Рецензенти:

Андрєєва Н. М. – доктор економічних наук, професор Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, головний науковий співробітник

Семенов В. Ф. – доктор економічних наук, професор

Кунділовська . – кандидат технічних наук, доцент

Т 65 Траченко Л. А.

Послуга як об'єкт товарознавства: організація та контроль за якістю
Навчальний посібник. Видання 2-ге, виправлене та доповнене – Одеса ОНЕУ, ротапринт, 2015. – 414 с.

Навчальний посібник з дисциплін „Технологія та контроль за якістю надання послуг” та “Експертизи послуг” призначений для ефективного засвоєння програмного матеріалу та самостійної роботи студентів. У навчальному посібнику розглядаються теоретико-методологічні та практичні аспекти щодо організації процесу надання послуг у ринкових умовах, їхні технології, класифікації, стандартизації, сертифікації, контролю за якістю. Особлива увага надається питанням щодо управління якістю послуг та впровадження системи менеджменту якості відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000. Після кожної теми сформовано питання для самоконтролю.

Навчальний посібник розраховано на студентів вищих навчальних закладів напряму підготовки „Товарознавство та торговельне підприємництво”, спеціальності “Експертиза товарів та послуг”, аспірантів, викладачів, фахівців.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	7
ТЕМА 1. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	9
1.1 Роль сфери послуг у сучасній економіці України та економічні проблеми її розвитку.....	9
1.2 Сутність поняття “послуга” та її зв'язок з іншими категоріями товарознавства.....	17
1.3 Характерні риси та особливості надання послуг у ринкових умовах..	24
1.4 Особливості конкуренції на ринку послуг.....	32
1.5 Економіко-правове регулювання діяльності підприємств на ринку послуг.	36
1.6 Характеристика основних складових системи постачання послуг.....	43
ТЕМА 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ.....	50
2.1 Поняття якості послуг.....	50
2.2 Методи оцінки та показники якості послуг.....	57
2.3 Управління якістю послуг.....	63
2.4 Модель цінності послуги.....	68
ТЕМА 3. КЛАСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ.....	75
3.1 Характеристика класичних підходів до класифікації послуг.....	75
3.2 Класифікація послуг як об'єкта товарознавства в ринкових умовах...	85
3.3 Систематизація послуг.....	97
ТЕМА 4. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ	100
4.1 Стандартизація як важлива складова системи технічного регулювання.....	100
4.2 Види стандартизації.....	106
4.3 Сертифікація послуг.....	109
4.4 Схеми сертифікації послуг та їх застосування.....	114

ТЕМА 5. ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ.....	127
5.1 Специфічні особливості міжнародної торгівлі послугами.....	127
5.2 Специфіка регулювання міжнародного ринку послуг.....	129
ТЕМА 6. ПОБУТОВІ ПОСЛУГИ.....	133
6.1 Роль побутових послуг, їх структура та значення для населення...	133
6.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання побутових послуг.....	137
6.3 Характеристика основних видів побутових послуг.....	138
6.4 Правила побутового обслуговування населення.....	144
6.5 Порядок оформлення та замовлення побутових послуг.....	147
6.6 Виконання замовлень і реалізація побутових послуг.....	148.
6.7 Експертне оцінювання якості побутових послуг.....	153
ТЕМА 7. ПОСЛУГИ ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ.....	162
7.1 Послуги пасажирського транспорту, їхня структура та значення для населення.....	162
7.2 Основні законодавчі та нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.....	169
7.3 Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту: залізничного, річкового, морського, повітряного, автомобільного...	172
7.3.1 Послуги з пасажирських перевезень залізничним транспортом...	172
7.3.2 Послуги з пасажирських перевезень автомобільним транспортом.....	180
7.4 Показники якості транспортної послуги.....	192
ТЕМА 8. ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАТИВНІ.....	199
8.1 Послуги зв'язку (телекомунікаційні), інформаційно-консультаційні, їхня структура та значення для населення.....	199
8.2 Основні законодавчі та нормативно-технічні документи, що регламентують їх надання.	201

8.3	Характеристика основних видів послуг зв'язку (телекомунікаційних).....	201
8.4	Особливості інформаційно-консультативних послуг.....	212
8.5	Основні види консалтингових послуг і особливості їх надання.....	215
8.6	Підходи щодо оцінки якості телекомунікаційних послуг.....	219
	ТЕМА 9. ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ.....	222
9.1	Житлово-комунальні послуги, їхня структура, класифікація.....	222
9.2	Основні законодавчі й нормативні документи та договірні відносини при наданні житлово-комунальних послуг.....	227
9.3	Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг.....	237
9.4	Одноставкові та двоставкові тарифи на послуги водо- і теплопостачання.....	249
	ТЕМА 10. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ПОСЛУГИ: ПОСЛУГИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	257
10.1	Сутність і особливості соціально-культурних послуг.....	257
10.2	Особливості ціноутворення на ринку соціально-культурних послуг.....	261
10.3	Технологія надання послуг у сфері охорони здоров'я.....	263
10.4	Організаційна побудова системи охорони здоров'я в Україні.....	266
10.5	Особливості надання санаторно-курортних послуг.....	272
10.6	Технологія надання оздоровчих, а також послуг фізичної культури і спорту.....	
	ТЕМА 11. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ПОСЛУГИ : ПОСЛУГИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ ТА ТУРИСТИЧНІ.....	286
11.1	Особливості надання послуг фізичної культури і спорту.....	286
11.2	Організація і технологія надання туристичних послуг.....	290
11.3	Комерційні операції щодо реалізації туристичних послуг.....	300
	ТЕМА 12. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	310
12.1	Сутність та значення освіти, характерні особливості ринку освітніх послуг.....	310

12.2 Критерії оцінювання якості освітніх послуг	316
12.3 Ліцензійні умови надання освітніх послуг у сфері вищої освіти...	318
ТЕМА 13. ПОСЛУГИ КУЛЬТУРИ ТА НАУКИ.....	322
13.1 Форми і методи реалізації послуг у сфері культури.....	322
13.2 Суб'єкти бізнесу і види послуг у сфері культури.....	324
13.3 Сутність та особливості надання наукових і науково-технічних послуг.....	328
13.4 Основні мотивації розвитку комерційних процесів у сфері науки.....	333
ТЕМА 14. ПОСЛУГИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	342
14.1 Послуги ресторанного господарства та вимоги до них.....	342
14.2 Особливості організації обслуговування та надання послуг в закладах готельного господарства різних типів і класів.	350
14.3 Характеристика методів і форм обслуговування.....	352
ТЕМА 15. ІНЖИНІРИНГОВІ ПОСЛУГИ.....	356
15.1 Характеристика законодавчої та нормативної бази щодо надання інжинірингових послуг.....	356
15.2 Характеристика законодавчої та нормативної бази щодо надання інжинірингових послуг.....	370
15.3 Вимоги до системи менеджменту якості згідно з міжнародними стандартами ISO серії 9000.....	377
15.4 Основні етапи створення, впровадження та сертифікації системи менеджменту якості.....	388
15.5 Оцінювання якості надання інжинірингових послуг.....	397
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	410

ПЕРЕДМОВА

Сфера послуг є однією з найперспективніших галузей економіки. Її розвиток є необхідною умовою успішного розвитку всієї економіки держави. За даними МВФ, на початку XXI ст. усі види послуг складають приблизно 1500 млрд. дол. (близько 70 % вартості всього результату світового виробництва), а міжнародна торгівля послугами є сектором світового господарства. Протягом останніх десятиліть усі розвинені та країни, що розвиваються, переорієнтували структуру економіки від виробництва товарів на виробництво послуг.

У нинішніх умовах господарювання сфера послуг є, мабуть, єдиним сектором економіки, що в умовах структурної кризи нарощує обсяги виробництва.

Загалом, для сучасної структури ВВП України по галузях характерне швидке зростання частки сфери послуг, що нині сягає 50 % і забезпечує робочі місця 60 % зайнятих у господарстві країни людей. Найбільшими секторами сфери послуг в Україні є торгівля й ремонт автомобілів, транспорт та зв'язок, фінанси і кредит.

Разом із тим, розвиток сфери послуг в Україні зазнає постійного впливу як позитивних, так і негативних чинників. Серед негативних головними є: невисокий рівень конкуренції між підприємствами сфери послуг; слабе реагування державних сервісних підприємств на мінливі умови ринку; недосконалість нормативно-правової бази, що регламентує діяльність підприємств сфери обслуговування, низька якість обслуговування, відсутність стандартів обслуговування, проблеми в договірних взаємовідносинах та щодо контролю за якістю тощо. До позитивних чинників можна уналежити значне збільшення кількості сервісних підприємств; появу на вітчизняному ринку іноземних конкурентів, що мають досвід організації сервісної діяльності у своїх країнах; розвиток малого і середнього бізнесу тощо.

Предметом даного навчального посібника є загальні засади розвитку організаційно-економічних процесів, а також питання щодо товарознавчого їх дослідження та управління якістю.

Об'єкт посібника охоплює процеси, операції, пов'язані з організацією діяльності підприємств сфери послуг та забезпеченням якості.

Завданнями навчального посібника є:

- розкриття організаційно-економічних засад діяльності підприємств сфери послуг;
- ознайомлення з вимогами законодавчих та нормативних документів, що регламентують надання різних видів послуг;
- формування системи знань щодо процесу надання різних видів послуг як об'єкта товарознавства;
- вивчення інструментарію щодо ефективного управління якістю послуг та створення системи менеджменту якості;
- набуття основи знань задля проведення експертного оцінювання та експертизи послуг.

ТЕМА 1. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

План

- 1.1 Роль сфери послуг у сучасній економіці України та економічні проблеми її розвитку.
- 1.2 Сутність поняття “послуга” та її зв'язок з іншими категоріями товарознавства.
- 1.3 Характерні риси та особливості надання послуг у ринкових умовах
- 1.4 Особливості конкуренції на ринку послуг.
- 1.5 Економіко-правове регулювання діяльності підприємств на ринку послуг.
- 1.6 Характеристика основних складових системи постачання послуг.

1.1 Роль сфери послуг у сучасній економіці України та економічні проблеми її розвитку

Сфера послуг починає відігравати все більшу роль в економіці України. Традиційно в Україні була добре розвинена промисловість, за рахунок якої й забезпечувалося в основному ВВП країни. Галузі сфери послуг розглядалися як невиробничі й результати їхньої діяльності не враховувалися в сукупному суспільному продукті й національному доході країни. Більшість галузей сфери послуг фінансувалося з держбюджету, причому по залишковому принципу.

Усе змінилося з переходом України на ринкову основу господарювання. У зв'язку із скороченням державного фінансування з'явилося багато нових видів послуг (бухгалтерських, аудиторських, консалтингових та ін.). Сфера послуг почала розвиватися швидкими темпами, залучаючи все більше підприємців та створюючи нові робочі місця. Основною перевагою сфери послуг, на думку зайнятій у ній підприємців є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

У період формування ринкових відносин в Україні на державному рівні перевага надавалася переважно виробничій сфері. Пропозиції щодо залучення інвестицій на розвиток сфери послуг здебільшого викликали критику. Проте, як показав час, сфера послуг стала переважати над виробничою й динамічно розвивається, створюючи нові робочі місця та додаткові надходження до бюджету.

На сьогоднішній день в економіці розвинених країн частка послуг у ВВП перевищує 70% і має тенденцію до подальшого збільшення. Отже, на сьогодні сфера послуг у світі – це один із найдинамічніших і найбільших ринків, основним чинником успіху на якому є злагоджена та ефективна робота підприємств сфери послуг та існуючий попит серед клієнтів.

На даний час має право на існування твердження, що рівень розвитку сфери послуг є одним із найважливіших показників соціально-економічного стану країни, оскільки знаходиться під впливом непростих суспільно-економічних процесів та є основним чинником динамічного розвитку країни. Таким чином, невиробнича сфера є складною системою, соціальною за своєю суттю, оскільки її розвиток спрямований на виявлення і забезпечення соціально-економічних потреб суспільства.

Не зважаючи на перспективність свого розвитку сфері послуг в Україні не приділено достатньо уваги. У зв'язку із швидким розвитком сфери послуг, збільшенням її питомої ваги в національній економіці, актуальним стає питання проведення статистичної оцінки діяльності у сфері обслуговування населення. Оскільки Україна інтегрується у світові економічні процеси, то необхідно поступово переходити на міжнародну методологію обліку і статистики, прийняту в усьому світі (КВЕД).

Для підтримки розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу складних завдань:

- 1) формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг, створення економічного та правового середовища, яке б забезпечувало стимулювання ділової активності населення (закріплення

правових гарантій, які забезпечують свободу, захист та підтримку приватного бізнесу та недержавних форм підприємництва; врахування думки підприємницьких кіл при підготовці та прийнятті законодавчих актів та постанов; формування ринкової інфраструктури, яка забезпечуватиме підприємницьку діяльність);

2) створення реальних можливостей кожному підприємству для початку самостійної підприємницької діяльності у сфері послуг, доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів (спрощення порядку реєстрації підприємств сфери послуг; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності);

3) кадрового забезпечення розвитку підприємницької діяльності у сфері послуг (формування мережі бізнес-шкіл, навчально-ділових центрів на їхній базі; створення та організація діяльності Ради по соціальній адаптації та підготовці кадрів для сфери послуг; організація вивчення та використання досвіду діяльності чинних структур підтримки підприємництва у інших регіонах; розробка плану заходів з надання державної підтримки молодіжного підприємництва у сфері послуг);

4) здійснення заходів у галузі інвестиційної політики, направлених на підтримку підприємництва у сфері послуг регіону (раціональний перерозподіл інвестиційних ресурсів регіону, враховуючи пріоритетність розвитку сектора послуг; відтворення та розвиток сфери колективного підприємництва та взаємодопомоги: виробничих, позичково-ощадних, ощадно-збутових та ін. товариств).

Таким чином, система заходів, які розробляються для підтримки сфери послуг, відіграє суттєву роль у сучасних умовах господарювання.

Сфера послуг визначається такими основними чинниками:

- економічними (зміна доходів населення, рівень цін, інфляція);
- науково-технічними;
- психологічними (суспільна думка, споживчі переваги, сприйнятливність споживачів до реклами);

- соціально-демографічними (динаміка народжуваності та смертності, міграції населення) та іншими.

Функції сфери послуг ділять на економічні та соціальні:

Економічні функції:

- обслуговування процесу виробництва матеріальних благ;
- відтворення робочої сили;
- створення додаткових матеріальних благ.

Соціальні функції:

- задоволення потреб населення в різних видах обслуговування;
- забезпечення зниження витрат і поліпшення умов праці в домашніх господарствах;
- реалізація вільного часу;
- забезпечення безпеки й нормального функціонування держави, охорони громадського порядку.

Під *економічними функціями сфери послуг* розуміють діяльність, спрямовану на створення додаткових благ у формі матеріальних послуг, а також діяльність щодо процесу матеріального виробництва й сприяє тим самим зростанню економічного потенціалу суспільства.

Соціальні функції сфери послуг складають, по-перше, задоволення потреб населення в різних видах обслуговування. По-друге, група соціальних функцій забезпечує зниження витрат і поліпшення умов праці в домашніх господарствах завдяки діяльності організацій житлово-комунального й побутового обслуговування. Рациональне використання вільного часу реалізується за допомогою послуг культурно-видовищних установ і визначає третю соціальну функцію сфери послуг. Четверта соціальна функція належить до суспільства в цілому й полягає в забезпеченні безпеки та нормального функціонування держави, охороні громадського порядку.

Фактори, які сприяють стрімкому розвитку сфери послуг, доцільно розглядати з двох позицій:

- з точки зору розвитку матеріального виробництва;

- з точки зору змін, що відбулися в економічній поведінці домогосподарства.

Згідно з першою позицією, йдеться про науково-технічний прогрес. По-перше, з другої половини XX ст. нові технології, у тому числі інформаційні, різко підвищили вимоги до складу і якості робочої сили, рівня менеджменту і маркетингу на підприємствах. Підготовку таких спеціалістів може забезпечити тільки розвинена сфера послуг. По-друге, в оснащенні і результатах матеріального виробництва помітну роль стали відігравати складна техніка та обладнання, що спричинило підвищення рівня технічного обслуговування виробництва, створення сервісних центрів, тобто розширення зовнішньої і внутрішньої послугової діяльності; зріс попит на виробничі (монтаж, інжиніринг, лізинг) та післяпродажні послуги (кредит, ремонт). По-третє, автоматизація виробничих процесів зумовила суттєве зростання продуктивності праці, що, у свою чергу, призвело до абсолютного витіснення робочої сили за межі матеріального виробництва, переливу її у сферу послуг. Такі зміни в суспільному виробництві отримали назву «софтизація» — процес зростання ролі нематеріальних ресурсів у забезпеченні суспільного відтворення, під яким розуміють насичення економіки науково-технічними розробками, інформацією, сучасними засобами зв'язку, оптимізацію й оперативність управління, зростання значення послуг консалтингу, інжинірингу тощо.

Зростання доходів населення — один із найважливіших факторів, що детермінує параметри і структуру розвитку сфери послуг, саме тому розвинена сфера послуг є атрибутом багатого суспільства. Цей взаємозв'язок реалізується через поведінку споживача, який розглядає свій дохід як засіб купівлі тих чи інших благ. Ще у 80-х рр. XX ст. німецький статистик Е. Енгель сформулював закон: у міру збільшення доходів сім'ї частка її витрат на продовольчі товари зменшується, майже не змінюється частка витрат на житло, електроенергію, одяг, проте зростає частка витрат на послуги. Певним фактором, що спонукає сферу послуг до розвитку, є збільшення вільного часу. Така тенденція характерна для всіх розвинених країн.

Дослідження факторів розвитку сфери послуг дозволяє зрозуміти її роль у сучасних умовах. Отже, роль сфери послуг проявляється в тому, що вона:

- є важливим сектором національного і світового господарства;
- відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу;
- впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва;
- сприяє збільшенню вільного часу;
- створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства;
- є найважливішим елементом формування сучасної якості життя;
- забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни.

Сфера обслуговування має особливості, які обмежують ринкове саморегулювання у виробництві товарів. По-перше, у її складі є ринки, попит на яких настільки великий і ціна рівноваги визначена так високо, що стає недоступною для більшості членів суспільства (наприклад, ринок житла в Україні). По-друге, ціновий механізм регулювання для деяких видів послуг не спрацьовує. Специфіка механізму функціонування ринку послуг і розвитку сфери обслуговування в Україні у перехідний період зумовлює особливості їхнього державного регулювання, яке передбачає регулювання підприємницької діяльності суб'єктів ринку, що надають платні послуги населенню, і державну підтримку розвитку некомерційного сектора сфери обслуговування.

Попит на послуги з боку підприємств значною мірою залежить від динаміки діяльності малого бізнесу. Необхідними умовами, що закладають базу для нормального функціонування та розвитку ринку нефінансових послуг, мають стати відповідне нормативно-правове забезпечення розвитку ринку послуг та забезпечення методологічної бази для проведення співставлення показників розвитку сфери послуг. Оскільки приєднання до системи СОТ та участь України в Генеральній угоді з торгівлі послугами вимагають відповідності та однозначності трактувань положень Угоди в національному

законодавстві, то постає необхідність в імплементації в національне законодавство відповідних термінів і норм міжнародного економічного права, що встановлюватимуть порядок і правила дій контрагентів на ринку послуг, їх відповідальність за свої дії, а також визначатимуть функції відповідних контролюючих органів.

Розвиток сфери послуг в Україні значною мірою визначив процес трансформації моделі економіки початку 90-х років XX ст. По-перше, це викликало появу багатьох на той час нових видів послуг (фінансово-кредитних, консалтингових, аудиторських, брокерських та інших). По-друге, через скорочення державного фінансування багато послуг, які раніше надавалися безкоштовно, стали платними (освіта, охорона здоров'я, послуги телебачення тощо).

Ще одним важливим саме для нашої країни фактором розвитку сфери послуг став незначний стартовий капітал. Ринок послуг саме з цієї причини є привабливим для підприємців. З одного боку, багато видів послуг не потребують значного стартового капіталу, що дозволяє сподіватися на швидку віддачу вкладень. З іншого боку, розвиток сфери послуг створює сприятливі умови для використання праці висококваліфікованих працівників.

Недостатній рівень розвитку сфери послуг часто визначають як суттєвий аспект «невідповідності» галузевої структури вітчизняної економіки умовам інтеграції в європейський простір. Однак наслідування «стандартів» та проектування структурних пропорцій європейських країн на економіку України є неприпустимим. Активізація процесів на ринку послуг не є самоціллю чи критерієм відбору на шляху до інтеграції у світові структури. Скоріше - ефективний сектор послуг є показником рівня розвитку інноваційних процесів в економіці та зокрема у промисловому виробництві, результатом чого є побудова соціального середовища для населення та виробничої інфраструктури для підприємств. Досвід нових країн - членів Європейського союзу показує, що неодмінною передумовою розвитку сфери послуг є ефективне промислове виробництво. Яскравим прикладом може бути Словаччина, де сектор послуг

забезпечує 64,4 % ВВП, у той час, як основою економічного зростання в країні вважається автомобілебудування.

Важливою складовою проблеми створення умов для розвитку ринку послуг є вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування, тобто залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг, посилення впливу населення на рішення регіональних органів влади, застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг.

Стан сучасної вітчизняної економіки характеризується такими суперечливими тенденціями як уповільнення економічного зростання. У цих умовах суспільство перебуває у стані пошуку нових рішень для підвищення економічної ефективності на всіх рівнях економіки (мікро-, мезо- макrorівні).

Сфера послуг є тим динамічним сектором економіки, де попит постійно зростає, створюючи потенціал для довгострокового розширення виробництва. Досвід економічно розвинених країн показує для України приклад того, що реалізація потенціалу сфери послуг у системі економічних відносин дозволить досягти вищих економічних результатів.

Важелями, що забезпечать інноваційність розвитку регіонального ринку послуг, повинні стати: сприяння інноваційному інвестуванню підприємств, що обслуговують пріоритетні для регіону промислові галузі чи є допоміжними для розвитку таких пріоритетних галузей (не тільки промислових); підтримка в перспективі на відповідній науково визначеній основі розвитку мережевих та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні); посилення взаємодії науково-дослідного сектора, закладів освіти, органів місцевого самоврядування та безпосередньо підприємств з метою наукового обґрунтування впровадження новітніх продуктів на ринку послуг та прогнозування результатів їх реалізації.

Вивчення структури, факторів та особливостей розвитку сфери послуг в Україні дасть можливість виробити ефективну державну політику її розвитку в

майбутньому. Дослідження проблем функціонування сфери послуг та її подальший розвиток сприятимуть становленню України як стабільної, розвиненої держави. Трансформаційні зміни в ринковій економіці України визначають її стан як такий, що наближається до «економіки послуг». Роль цього сектора в сучасній економіці пов'язана не тільки з його перевагою в структурі господарства, а й у формуванні ключових факторів економічного зростання, таких як наукове знання, нематеріальні форми накопичення, глобалізація господарської діяльності.

Світовий досвід засвідчує, що основоположним елементом становлення постіндустріального інформаційного суспільства виступає сфера послуг. Функціонування сфери послуг у кожній країні має свої особливості. Адже кожна держава вживає певних заходів для підтримки того сегмента сфери послуг, який має відповідні перспективи на майбутнє, а спеціалізація країни на тих чи інших видах послуг залежить від рівня її економічного розвитку. Тому дослідження сфери послуг в Україні на сучасному етапі є досить важливим.

1.2 Сутність поняття “послуга” та її зв'язок з іншими категоріями товарознавства

Підприємства, що надають послуги, вирізняються великою різноманітністю, але відрізняються від постачальників товарів своїм цільовим ринком, формою організації торгівлі та способом підтримання конкурентоспроможності. Поняття "послуга" нараховує десятки трактувань. Аналізуючи їх, можна виділити два підходи до визначення послуги:

- 1) "послуга" як дія, що приносить користь, допомогу іншому;
- 2) "послуга" як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства.

Сучасний економічний словник трактує послуги як види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий, що раніше не існував матеріально-речовинний продукт, але змінюється якість уже наявного, створеного продукту. Це блага, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності. Таким чином, саме надання послуг створює бажаний результат". У

такому трактуванні значення поняття "послуга" близьке до поняття "обслуговування" (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Основні підходи до визначення сутності послуг

Автор	Підхід	Джерело
1	2	3
Р. Малері	Послуги - це нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Нематеріальні активи (або невідчутна цінність) - це цінність, яка не є фізичним об'єктом, але має вартість - грошову оцінку	Ворачек Х. О состоянии теории маркетинга услуг". // Проблемы теории и практики управления. - 2002. - №1.
К. Гренроос	Послуга - процес, що складається з серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства - постачальником послуг	Gronroos C. Service management and marketing. West Sussex, 2000.
К. Маркс	Послугу необхідно розуміти, як особливу споживчу вартість, отриману певною працею, так, як і будь-який інший товар; але особливість споживчої вартості послуги полягає в тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність	Маркова В.Д. Маркетинг услуг. - М.: Финансы и статистика, 1996.
Т. Хілл	Послуги - це зміна стану особи або товару, що належать певній економічній одиниці, яка виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Іншими словами, це сукупність робіт, що виконуються для задоволення потреб клієнта і мають певну вартість	Маркова В.Д. Маркетинг услуг. - М.: Финансы и статистика, 1996.
К.Лавлок	Послуга - це вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару	Лавлок К.Маркетинг послуг: персонал, технологи, стратегии. - М.: Изд. дом "Вильямс", 2005.
Р. Норманн	Послуга - це користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг	Service management. Strategy and leadership in Service Business / Ed.R.Norman.- N.Y., 2000.
Ф.Котлер	Під послугою необхідно розуміти будь-який захід або вигоду, що одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не призводять до оволодіння будь-чим. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді	Котлер Ф. Основы маркетинга /Пер. с англ./ Общ. Ред. Е.М. Пенской. - М.: Прогресс, 1900.
М.М.Іванов	Під послугою розуміється діяльність, направлена на задоволення потреби через надання (виробництво) відповідно до цієї потреби благ	Іванов Н.Н. Управление сферой услуг: инфраструктурный подход. - СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2001.
П.А Мягков.	Послугою можна вважати діяльність, результати якої не мають матеріального вираження, реалізуються і споживаються в процесі здійснення цієї діяльності	Мягков П. А. Малые предприятия. - М., 1992.

Досі існує певна дилема — надання послуг є продуктивною чи непродуктивною працею.

Розглянемо значущість цієї проблеми на простому прикладі: лікар вилікував свого пацієнта від грипу (співак проспівав пісню для слухача), а у відповідь останній його нагодував.

Відбувся обмін однієї речі на іншу. З одного боку — матеріальний предмет, з іншого — було надано послугу. Працю, що було витрачено на виробництво їжі, ще фізіократи, а потім і А. Сміт, називали продуктивною працею, тобто працею, що створює (збільшує) національне багатство; а праця виробника послуг (медика, співака) - непродуктивною, тобто такою, що не створює багатства, а тільки його перерозподіляє.

Якщо послуга - це результат корисної діяльності, що змінює стан особи або товару, то в умовах ринкової економіки цей результат, безумовно, є товаром, він має і цінову вартість, і корисність. Але це товар специфічний, що має низку характеристик, які відрізняють послуги від товарів матеріальних.

Невизначеність послуги як об'єкта товарознавства спричиняє плутанину в нормативних документах, гальмує цивілізований розвиток ринку послуг в Україні, якісне регулювання ринку послуг з боку держави, закладає значний дисбаланс у договірних відносинах при наданні послуг, порушуючи права споживача.

У СРСР товарознавці забезпечували оперативний зв'язок між сферами виробництва і споживання продовольчих та непродовольчих товарів народного споживання, визначаючи ціну, якість цих товарів, регулюючи їхній розподіл між населенням. Стратегію розподілу, цінову та економічну політику визначала держава. Економічний ефект від діяльності товарознавців державою не враховувався.

Процес капіталізації запускає новий для України господарський механізм, що базується на сучасних ринкових відносинах. У ринкових умовах, в умовах конкуренції товарознавство втрачає функцію розподілу товарів та визначення

ціни. Пасивна методологія досліджень якості товарів повинна змінитися на активне втручання у вирішення проблем ринку, формування товарних ресурсів, питань, пов'язаних з безпекою та якістю товарів, із захистом прав споживачів.

У ринкових умовах змінюються поняття про об'єкти товарознавства. Об'єктами досліджень у товарознавстві стають не тільки звичайні товари народного споживання, але й усі матеріальні та нематеріальні цінності, які є об'єктами купівлі-продажу, а саме:

- 1) продовольчі та непродовольчі товари народного споживання;
- 2) обладнання, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі, енергоносії, які раніше відносилися до категорії засобів виробництва та ресурсів і розподілялись у господарства через державні органи матеріально-технічного постачання;
- 3) земля, її надра;
- 4) цінні папери;
- 5) рухоме та нерухоме майно фізичних та юридичних осіб, яке утворює вторинний ринок цього майна;
- 6) ідеї;
- 7) послуги.

Для країн пострадянського простору послуга як категорія ринкових відносин є новим незвичним об'єктом товарознавства. Незвичність послуг полягає в тому, що вони є процесами, а не матеріальними об'єктами і не підпадають під традиційне визначення товару.

Товар, за визначенням К. Маркса, “є, насамперед, зовнішній предмет, річ, яка завдяки її властивостям, задовольняє які-небудь людські потреби”. Товар, як зовнішній предмет, має матеріальну форму, є відчутним та видимим, що дозволяє його ідентифікувати, сертифікувати, маркувати. Товар можна зберігати як до, так і після продажу. Купівля товару призводить до виникнення права власності на нього, яке полягає у праві володіння, користування і розпорядження товаром.

Послуга, за визначенням Ф. Котлера, ототожнюється з сервісом: будь-яка діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; відчутна дія, яка не призводить до володіння будь-чим. Але поняття “послуга” більш широке, ніж поняття “сервіс”.

Послуга є нематеріальною продукцією, процесом і право власності на послугу при її продажу у споживача (покупця) не виникає. Право власності може виникнути на результат надання послуги, але не завжди. Суттєвою характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об’єктом комерційної діяльності, предметом торгівлі і об’єктом купівлі-продажу. З огляду на це, трактують її суть таким чином: якщо послуга є об’єктом купівлі-продажу, то вона є товаром. Однак сьогодні ставиться під сумнів, що об’єкт купівлі - продажу є товаром.

У науковій літературі, у нормативних документах, у повсякденному житті послуга як об’єкт купівлі-продажу протиставляється товару. Зокрема Законом України від 01.12.2005 р. N 3164-IV (3164-15) "Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності" встановлено, що послуга - це результат економічної діяльності, яка не створює товар, але продається та купується під час торговельних операцій.

Досить лише проаналізувати такі назви та визначення:

- Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”;
- "Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації...”;
- Каталог товарів і послуг;
- „Уряд вважає, що вирішення зазначеної проблеми дозволить розблокувати закупівлі соціально важливих груп товарів та послуг...”;
- „Сертифікати походження товарів та послуг”;
- „База оподаткування операцій з продажу товарів (робіт, послуг) податком на ...”.

Навіть товарознавча спеціальність вищого навчального закладу „Експертиза товарів та послуг” усвоєму визначенні відрізняє товар від послуги.

У науковому середовищі немає загальноприйнятого тлумачення поняття послуги та таких, пов'язаних з нею понять як: товар, продукція, робота.

Наявність особливостей, які відрізняють послугу від товару, на який виникає право власності і який зберігає свої споживчі властивості у часі, потребує адекватних правових засобів захисту інтересів споживача. На жаль, на сучасному етапі чинні нормативні документи, у першу чергу, стандарти та нормативи, які визначають порядок надання послуг, не враховують відмінності послуг і залишають значні лазівки для зловживань надавачам послуг.

Послуга — це нематеріальна продукція, виробничий процес або дія, у яких споживання корисного блага обов'язково починається одночасно з його виробництвом.

Робота — виробничий процес. Робота за індивідуальним замовленням - це послуга.

Результат надання послуги може мати або не мати матеріальної форми. Результатом надання послуги є вигода або задоволення споживача:

1) які після отримання послуги не мають матеріального підтвердження, право власності на результат послуги не виникає (житлово-комунальні послуги, послуги культури, освіти, медицини, державні, транспортні послуги);

2) які мають матеріальне підтвердження, результатом послуги є матеріальна річ, на яку в споживача виникає право власності (послуги торгівлі, будівництво або виготовлення іншої матеріальної речі за індивідуальним замовленням);

3) які пов'язані з транспортуванням, збереженням або покращенням якості речі, право власності на яку до надання послуги вже належало споживачу (транспортування, збереження, ремонт речі).

Складовими послуги є:

- безпосередньо надання послуги;
- обслуговування при наданні послуги.

Нерозривність виробництва й споживання на етапі виробництва є саме тим чинником, який робить послуги дійсно послугами і відрізняє їх від матеріальної продукції.

Нерозривний взаємозв'язок виробництва й споживання визначає, що послуги невід'ємні від того, хто їх надає, виробляє та споживає. Залучення покупця в процес виробництва послуги означає, що продавець та виконавець послуги повинні проявляти турботу не тільки про те, що виробляти, але й як обслуговувати покупця. Продавець послуги начебто стає частиною послуги, впливає на її якість та формує ціну. При продажу (наданні) послуги обслуговування покупця є складовою якості послуги, але наразі це не враховується нормативними документами, які регламентують порядок визначення якості послуги та формування ціни на неї.

З урахуванням змін про об'єкти товарознавства, які відбуваються у зв'язку зі становленням ринкових відносин в Україні, потрібно більш чітко визначити відмінності та співвідношення між об'єктами ринкових відносин: товаром, продукцією, сферами виробництва продукції, роботою, послугою, складовими послуги та результатом надання послуги. Пропонується така ієрархія перелічених визначень:

Товар — матеріальна та нематеріальна продукція або матеріальна річ, яка є продуктом природи, призначена для купівлі-продажу.

Продукція — сукупність матеріальних благ, добутих чи створених внаслідок людської мускульної та розумової виробничої діяльності (продовольча та непродовольча продукція) або нематеріальна продукція, що є безпосередньо виробнича діяльність – процес – послуга та її результат; ідея, як результат розумової діяльності, які призначені для задоволення реальних чи потенційних потреб людини.

Продукції притаманні дві основні особливості: по-перше, вона є людською працею або результатом праці, а по-друге - повинна задовольняти потреби споживача.

Продукція стає товаром тільки тоді, коли вона є об'єктом купівлі-продажу (об'єктом комерційної діяльності).

Продовольча та непродовольча продукція - це матеріальна річ, яка є результатом виробничої діяльності.

Продовольчий та непродовольчий товар - продовольча та непродовольча продукція, якщо вона є об'єктом купівлі-продажу (об'єктом комерційної діяльності).

Послуга є товаром, якщо вона є об'єктом купівлі-продажу (об'єктом комерційної діяльності).

Виробництво економічних благ поділяється на дві сфери:

- сферу виробництва матеріальної продукції, де споживання корисного блага відокремлено від виробництва (сферу виробництва продовольчої та непродовольчої продукції);

- сферу виробництва нематеріальної продукції - сферу послуг, де споживання корисного блага обов'язково починається одночасно з її виробництвом, але може продовжуватися і після закінчення надання послуги.

При продажу товару, який є матеріальною продукцією, стандартизація, сертифікація, контроль та експертиза товару враховують тільки особисті якості товару як матеріального об'єкта.

Торгівля як обслуговування покупця при продажу товару є самостійним об'єктом якості.

Стандартизація, сертифікація, ліцензування, контроль та експертиза послуг – нематеріальної продукції – повинні враховувати якість обслуговування покупця при визначенні якості послуги взагалі.

1.3 Характерні риси та особливості надання послуг у ринкових умовах

В економічній теорії послугою вважається особлива споживча вартість процесу праці, виражена в певному корисному ефекті, який задовольняє потреби людини і суспільства. Це тлумачення закорінене в марксистському розумінні послуги як економічної категорії. Однак дотепер у науковому

середовищі немає її загальноприйнятого тлумачення. Одні економісти вважають послугою зміну стану особи або товару, який належить будь-якій економічній одиниці, що відбувається внаслідок діяльності іншої економічної одиниці на основі попередньої згоди першої. Таке трактування послуги дає змогу розглядати її як конкретний результат економічно корисної діяльності, яка є товаром або безпосередньо діяльністю. Прихильники інших поглядів вважають послугами майже всі види корисної діяльності, яка не створює матеріальних цінностей. Головним критерієм при цьому є невідчутний характер продукту, що виробляється у процесі її надання. Тому послуга корисна не як річ, а як діяльність. Споживання її, зазвичай, відбувається одночасно з процесом її створення. На практиці сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, наслідком чого є велика різноманітність видів послуг. Нерідко послуга може супроводжуватись товаром (аудиторський звіт, комп'ютерна програма, кіноплівка тощо).

Суттєвою характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності і предметом торгівлі.

Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують такі особливості:

- на відміну від товарів народного споживання послуги виробляються і споживаються переважно одночасно і не підлягають зберіганню;
- торгівля послугами взаємопов'язана з торгівлею товарами народного споживання і суттєво впливає на неї;
- ринок послуг більш захищений державою від іноземної конкуренції, порівняно з сировинним ринком, ринком товарів народного споживання та ін.;
- не всі послуги, на відміну від інших об'єктів комерційної діяльності, придатні до широкого залучення в міжнародний господарський обіг.

На відміну від товару, який є матеріальним об'єктом, при всій своїй різноманітності, послуги мають чотири загальні характерні риси, які визначають специфіку їх надання:

- 1) нерозривність виробництва і споживання;

- 2) мінливість (непостійність) якості;
- 3) нездатність до зберігання;
- 4) невідчутність.

1. Нерозривність виробництва і споживання послуги. Товари масового споживання можна виробляти орієнтуючись на потенційного клієнта, а надавати послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення або з'являється клієнт. Тому нерозривність виробництва і споживання є саме тим чинником, який робить послуги дійсно послугами і відрізняє їх від товару в матеріальній формі.

Нерозривний взаємозв'язок виробництва і споживання визначає, що послуги невід'ємні від того, хто їх надає та виробляє. Так, послуги з особистого обслуговування в готелі невід'ємні від службовців готелю, обслуговування в ресторані — від офіціанта, послуги з продажу квитків — від касира, послуги тепло-, електропостачання невід'ємні від виробників тепла та електрики.

Залучення покупця в процес виробництва і споживання послуги означає, що продавець - виконавець послуги повинен проявляти турботу не тільки про те, що виробляти, але й як обслуговувати покупця. Продавець послуги начебто стає частиною послуги, впливає на її якість та формує ціну. При продажу (наданні) послуги обслуговування покупця є складовою якості послуги. Стандартизація, сертифікація, контроль та експертиза послуг ураховують обслуговування покупця при визначенні якості послуги.

При продажу товару, який є матеріальною продукцією, стандартизація, сертифікація, контроль та експертиза товару враховують тільки особисті якості товару як матеріального об'єкта. Торгівля, як обслуговування покупця при продажу товару є самостійним об'єктом якості.

У зв'язку з невіддільністю виробництва і споживання послуг у процесі їх купівлі-продажу контакти між суб'єктом, який надає послуги, і суб'єктом, який набуває їх (клієнтом), можуть мати такі особливості:

- відокремленість послуг від споживача, тобто надання послуг без особистої його присутності (хімічна чистка одягу, прання білизни, ремонт помешкань), а

також надання послуг за допомогою письмових комунікацій (навчальний курс), технічних засобів (комп'ютерні інформаційні системи, банкомати);

- невідокремленість послуг від споживача (стоматологічні послуги, послуги з дошкільного виховання, послуги пасажирського транспорту та ін.);

- відокремленість послуг від працівників сфери обслуговування (послуги електронної торгівлі, реалізація товарів за допомогою торговельних автоматів, дистанційна форма навчання та ін.);

- невідокремленість послуг від працівників сфери обслуговування (лікувально-оздоровчі послуги, особисте обслуговування в готелях та ін.).

Включення покупця у процес виробництва і надання послуг означає, що їх реалізація, на відміну від торгівлі товарами, потребує особистої участі, більшої уваги, контактів, отримання інформації від споживача. Прикладом послуги, де процес її виробництва та споживання збігається, є консультаційна.

Негативний вплив риси нерозривності виробництва й споживання консультаційної послуги можна знизити:

- посиленням мотивації, зацікавленості персоналу;
- розвитком технологій консультування і в цілому стандартів обслуговування;
- розбиття процесу консультування на прості етапи, що допускають участь менш кваліфікованого персоналу;
- формалізація досвіду і знань консультантів – створення баз знань і експертних систем.

2. Мінливість надання послуги - наслідок нерозривності виробництва й споживання. Якість послуги істотно залежить від того, хто, де і коли її надає. Наприклад, в одному готелі сервіс високої якості, а в іншому — низької. Один службовець готелю ввічливий і доброзичливий, а інший — брутальний і непривітний. Навіть один і той самий співробітник протягом робочого дня надає послуги неоднаково. Вирішення проблеми мінливості послуг полягає, в першу чергу, у розробці стандартів обслуговування.

Стандарт обслуговування — це комплекс обов’язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що покликані гарантувати встановлений рівень якості всіх технологічних і торговельних операцій. Стандарти обслуговування дають можливість наблизити якість надання послуг до міжнародних стандартів.

Стандарт обслуговування встановлює формальні критерії, за якими оцінюють рівень обслуговування клієнтів і професійну діяльність працівників фірми. Він може бути фірмовим (наприклад послуги ресторанів “Макдональдс”), галузевим (наприклад галузевий стандарт освіти встановлює Закон України “Про освіту”) і міжнародним (наприклад готельний сервіс).

Нині більшість вітчизняних сервісних підприємств уже засвоїли основні правила обслуговування клієнтів, які лежать в основі стандартів, це:

- максимальна увага до клієнтів;
- висока якість комплексу послуг;
- постійне підвищення освітнього і кваліфікаційного рівня спеціалістів та обслуговуючого персоналу;
- грамотне й оперативне застосування форм і методів публік рилейшнз з метою підвищення популярності в суспільстві.

Роботи зі стандартизації обслуговування підвищують його ефективність, створюють єдиний імідж, який легко розпізнається і з яким фірму пов’язують споживачі. Стандарт обслуговування повинен бути чітко і конкретно виписаний доступною для сприйняття мовою, всебічно регулювати процес надання послуг, передбачаючи широкі можливості для імпровізації.

На мінливість послуг найсуттєвіший вплив мають три групи чинників.

Перша група — пов’язана з діяльністю держави щодо розробки теоретичних основ концепції захисту прав споживачів при наданні послуг та якісного надання послуг як особливого виду товарів, концепція має втілюватися у життя у вигляді системи відповідних стандартів обслуговування, після чого держава повинна забезпечити умови для проведення сертифікації, контролю та експертизи послуг.

Стандарти обслуговування, сертифікацію послуг слід розглядати і застосовувати як основу необхідного та постійного процесу підвищення якості, як стратегічне завдання держави і підприємців, від вирішення якого залежать значною мірою завтрашній день України, її місце у світовому співтоваристві.

Друга група — безпосередньо пов'язана з організацією підбору і роботи СПД з персоналом підприємства. Так, мінливість якості послуг може спричинятися невисокою кваліфікацією працівників, їх слабким тренуванням і навчанням, недоліком комунікацій та інформації, відсутністю належного контролю за роботою персоналу.

Третя група — пов'язана з тим, що вельми важливе джерело мінливості послуг — це сам покупець, його унікальність, що пояснює високий ступінь індивідуалізації послуги відповідно до вимог споживача. Одночасно це викликає необхідність ретельного, всебічного і систематичного вивчення поведінки споживачів. Як наслідок, у підприємства, що надає послуги, з'являється можливість управління поведінкою споживачів або принаймні врахування психологічних аспектів при роботі з клієнтами.

Якщо розглядати консультаційні послуги, то знизити негативний вплив мінливості (непостійності) якості можна шляхом:

- побудови системи контролю якості послуг;
- підвищення стандартів у технології надання послуг;
- підвищення вимог при відборі персоналу відповідно до визначених функцій;
- наявності зворотного зв'язку;
- моніторингу задоволеності клієнтів якістю послуг.

3. Нездатність послуг до зберігання визначає неможливість виникнення права власності на послугу (володіння, користування, розпорядження). Послуги виробляються, виконуються, надаються, споживаються, оцінюються прямими методами одночасно, послуги не можуть бути збережені для подальшого продажу.

Нездатність послуг до зберігання в умовах постійного попиту не є неподоланною проблемою, оскільки завжди можна оновити технологію, удосконалити систему їх надання, а відтак, збільшити обсяги робіт, підвищити їхню дохідність. Це потребує від фірм- виробників ефективної, постійно оновленої стратегії, покликаної забезпечити відповідність попиту й пропозиції на послуги різними шляхами.

У випадку консультаційних послуг знизити негативний вплив нездатності їх до зберігання можна:

- залученням позаштатних співробітників у піковий час;
- виконанням частини роботи персоналом клієнта;
- передачею частини робіт на субпідряд;
- установленням диференційованих цін залежно від сезону.

4. Невідчутність або нематеріальний характер послуг означає, що споживачу їх неможливо продемонструвати, побачити, спробувати або вивчити до отримання.

Унаслідок цього, з боку споживачів обов'язково присутній елемент надії і довіри до продавця послуги. Продавець може лише описати переваги, які отримає покупець після надання послуги, а самі послуги можна оцінити лише після їх виконання. Більше того, існують послуги, які клієнт не в змозі оцінити після їх отримання, наприклад медичні.

Якщо за приклад брати консультаційну послугу, то знизити негативний вплив даного чинника (невідчутність) на процес її надання можливо завдяки:

- розвитку торгової марки;
- виробленню іміджевої політики;
- інформації щодо попереднього досвіду та кваліфікації персоналу ;
- розрахунку передбачуваних результатів від проведення консультування;
- ознайомленню зі стилем роботи;
- використанню системи гарантій;
- відгукам клієнтів.

Особливостями надання послуг у ринкових умовах є:

1. Послуга не існує до її надання, тобто продукт створюється в процесі надання послуги. Це унеможлиблює порівняння пропозицій двох різних продавців, двох конкуруючих фірм (окрім ціни) навіть у тому випадку, коли продукти здаються ідентичними. Порівняння можливе тільки після отримання послуги, тоді як товари в матеріальній формі можна порівнювати різними способами ще до купівлі. Єдине, що можна зробити на ринку послуг, - порівняти вигоди очікувані та отримані.

2. Дуже часто надання послуг вимагає спеціальних знань і майстерності, які споживачеві важко не тільки оцінити, але часто й зрозуміти. Висока міра невизначеності при наданні послуг ставить клієнта в надто невідгідне положення, може викликати у нього почуття образи, настороженості, підозрілості, які значною мірою є виправданими. Складність у визначенні якості послуг дозволяє виконавцям послуг маніпулювати якістю, за послуги низької якості вимагати та отримувати, зокрема і в судовому порядку, завищену плату. Тому порівняно з товаром питання стандартизації та сертифікації, контролю та експертизи послуг є більш складними і вимагають від держави значної уваги.

3. Якщо є вибір (конкурентне середовище), якість послуг значною мірою визначається дією ринкових механізмів. Клієнт має можливість вибрати виконавця послуги, який, на його думку, забезпечує найбільш якісні умови надання послуги, у тому числі забезпечує безпосередньо умови обслуговування. Отримавши якісну послугу, споживач, як правило, не експериментує і прагне працювати з одним і тим самим продавцем – страховим агентом, туристською фірмою тощо. Ця інерція працює на продавця, оскільки вона в цьому випадку є головним чинником повторюваності контактів.

4. Якщо виконавець послуги займає монопольне становище на ринку послуг, то ринкові механізми зворотного зв'язку між споживачем і виконавцем та виробником послуг не працюють, ресурси монополіста значно перевищують ресурси споживача щодо захисту своїх прав. Тому споживач потребує значного захисту своїх прав з боку держави, усю відповідальність за якість послуг та

захист прав споживачів несе держава в особі державних органів та органів місцевого самоврядування.

У процесі виробництва нематеріальних послуг ефективними є такі прийоми:

- посилення відчутності послуги за допомогою присутності у будь-якій формі елемента товару в ній;
- підкреслення корисності або вигоди, яку одержить споживач послуги;
- зосередження уваги на перевагах технології надання послуги конкретним підприємством;
- залучення до рекламування послуги провідних рекламних агентств, впливових засобів масової інформації тощо.

1.4 Сутність конкуренції на ринку послуг

Конкуренція є найсуттєвішим фактором ринку, що спонукає її учасників вдосконалювати свої можливості та пропонувати найкращий продукт, а це у свою чергу, сприяє прогресивному розвитку економіки країни.

Економічна сутність конкуренції на ринку послуг полягає у постійному змаганні суб'єктів ринку з метою здобуття переваг над іншими суб'єктами бізнесу, внаслідок чого споживачі мають змогу обирати послуги до вподоби в декількох продавців.

Конкуренція - економічний механізм взаємодії і боротьби між підприємствами, що функціонують на ринку з метою одержання прибутку через задоволення різноманітних потреб споживачів.

Конкуренція є головною рушійною силою ринку, а сам продукт є знаряддям конкурентної боротьби.

Конкурентний статус сервісного підприємства - це його позиція в конкурентній боротьбі, своєрідний показник його положення на ринку. У цьому розумінні конкурентний статус використовується для визначення порівняльних конкурентних позицій підприємств на ринку.

Конкурентоспроможність - це здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами.

У стратегічному управлінні найчастіше конкурентоспроможність розглядається у двох аспектах.

1) *конкурентоспроможність продукту*, тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

2) *конкурентоспроможність підприємства* - це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо - стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких підсумкових показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Потрібно розрізняти *параметри та показники конкурентоспроможності*. *Параметри конкурентоспроможності* - це найчастіше кількісні характеристики властивостей послуги, які враховують галузеві особливості оцінки її конкурентоспроможності. Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, економічні, нормативні (різних типів).

Технічні параметри є характеристикою технічних і фізичних властивостей послуг, що визначають особливості галузі та способи їх виробництва, а також функції, які виконує послуга в процесі її надання.

Економічні параметри визначають рівень витрат на виробництво послуги та ціни споживання.

Нормативні параметри визначають відповідність послуги встановленим нормам, стандартам і вимогам, що обумовлені законодавством та іншими нормативними документами.

Показники конкурентоспроможності - це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності послуги, які базуються на параметрах конкурентоспроможності.

Перелік показників конкурентоспроможності залежить від об'єкта досліджень, а також від обраної методики визначення конкурентоспроможності.

В економічній літературі, як правило, можна зустріти чотири основні функції конкуренції: регуляційну, мотиваційну, розподільчу, контролюючу. Розглянемо особливості їх виконання на ринку послуг.

Регуляційна функція конкуренції на ринку послуг. Намагаючись досягнути все нових конкурентних переваг, суб'єкти бізнесу повинні й змушені дбати про пріоритети й інтереси споживачів, поважати незалежність їх вибору. З огляду на це вони спрямовують фактори виробництва та реалізації послуг у галузі сфери, які мають найбільшу потребу в них.

Мотиваційна функція конкуренції на ринку послуг. Суб'єкти бізнесу, які пропонують якісніші послуги чи вищий рівень обслуговування, часто змушені збільшувати виробничі та торговельні витрати, однак нерідко це приносить їм значно вищі прибутки (позитивні санкції), що стимулює їх подальші старання, а значить, і технічний прогрес. Натомість підприємства, що ігнорують інтереси та потреби клієнтів або здійснюють бізнес із порушенням правил конкуренції, часто зазнають збитків, їх витісняють з ринку (негативні санкції) конкуренти, які місією своєї діяльності вважають задоволення потреб споживачів.

Розподільча функція конкуренції на ринку послуг. Конкуренція не тільки стимулює підвищення продуктивності праці, але й сприяє розподілу доходу серед суб'єктів бізнесу і домашніх господарств відповідно до ефективності їхнього внеску. Це відповідає одному з принципів конкурентної боротьби - принципу винагороди за результатами.

Контролююча функція конкуренції на ринку послуг. Конкуренція обмежує і контролює економічну силу кожного суб'єкта бізнесу. Наприклад, підприємство, маючи певні інтереси, встановлює ціну на послуги, які воно

реалізує, однак, конкуренція надає покупцю змогу вибирати послуги декількох продавців (нерідко за іншими цінами). Тому від досконалості конкуренції, як правило, прямо пропорційно залежить ціна послуги.

Основними *методами конкурентної боротьби* на ринку послуг є поліпшення якості, дизайну послуг, швидке оновлення асортименту, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати, впровадження заходів інноваційної політики, ефективне рекламування послуг тощо. Поряд з цим, використовуються "мирні" методи обмеження конкуренції: таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту, реалізацію великих науково-технічних проектів, обмін інформацією з різних питань наукової, технічної, ринкової стратегії. Серед неекономічних методів конкурентної боротьби - фінансові махінації та спекуляції цінними паперами, промислове шпигунство, підкуп чиновників державного апарату з метою отримання урядових контрактів, субсидій тощо.

Особливістю сучасної конкуренції є те, що вона ведеться не без допомоги держави (на міжнародному рівні) і регулюється механізмом антимонопольного законодавства. Отже, конкуренція є найефективнішим засобом координації взаємних дій суб'єктів ринку без централізованого втручання в їх діяльність.

Конкуренція породжує *конкурентне середовище*. Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами.

Сфера послуг країни поступово освоює механізм ринкових відносин, що супроводжується формуванням у ній конкурентного середовища. Світовий досвід свідчить, що в умовах конкуренції жоден суб'єкт ринку послуг не може ефективно працювати без детального розуміння форм і функцій конкуренції, особливостей конкурентної стратегії.

1.5 Економіко-правове регулювання діяльності підприємств на ринку послуг

Бізнес у сфері послуг спроможний стимулювати підвищення ефективності діяльності за умови позитивного сприйняття суспільством, активної підтримки державою його розвитку.

Організаційно-правове регулювання взаємодії суб'єктів бізнесу на ринку послуг є системою державних заходів, спрямованих на розвиток, удосконалення та впорядкування підприємницької діяльності, а також створення правових механізмів їх реалізації в реальній економічній ситуації. При цьому важливо, щоб державна політика сприяння й регулювання взаємодії суб'єктів бізнесу на ринку послуг формувалася на таких принципах:

- принцип довгостроковості в державній політиці сприяння та регулювання розвитку бізнесу на ринку послуг. Найповніше він реалізується в розробленні державних програм, що визначають стратегічні напрями розвитку ринку послуг і методи державного регулювання;

- принцип стабільності у державній політиці сприяння та регулювання розвитку бізнесу на ринку послуг. Ґрунтується він на стабільній державній політиці стосовно організаційно-правового регулювання ринку послуг. Важливим завданням держави є захист інтересів споживачів;

- принцип юридичної захищеності інтересів підприємців. Контроль за підприємницькою діяльністю щодо задоволення суспільних вимог (екологічні, економічні, соціальні) в умовах ринкової економіки набуває особливої актуальності. Він повинен передбачати водночас юридичну захищеність інтересів усіх підприємницьких структур;

- принцип економічної зацікавленості суб'єктів бізнесу в підвищенні ефективності господарювання. Економічні інтереси є об'єктивними мотивами підвищення ефективності діяльності суб'єктів бізнесу на ринку послуг, наслідком чого, як правило, буває повніше і якісніше задоволення потреб споживачів.

Між державою як виразником суспільних інтересів і підприємницькими структурами ринку послуг формуються певні економічні відносини, покликані задовольнити не тільки їхні спільні інтереси, а й гнучко реагувати на зміни в зовнішньоекономічному середовищі.

Основні функції державного регулювання ринку послуг класифікують за характером дії, за характером впливу і за змістом (табл. 4.1).

Комплексні функції державного регулювання полягають у застосуванні всіх засобів впливу на розвиток бізнесу на ринку послуг (оподаткування, сертифікація послуг).

Обмежуючі функції державного регулювання ґрунтуються на запровадженні заходів, які частково обмежують функціонування суб'єктів на ринку послуг (ліцензування і патентування окремих видів діяльності).

Таблиця 4.1

**Типові функції державного регулювання процесів розвитку бізнесу
на ринку послуг**

Ознака класифікації	Функції
За характером дії	комплексні обмежуючі підтримуючі регулюючі
За змістом	правові економічні організаційні
За характером впливу	прямі непрямі (опосередковані)

Підтримуючі функції державного регулювання спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку суб'єктів бізнесу на ринку послуг (бюджетне фінансування, пільгове оподаткування, кредитування, укладення державних контрактів).

Регулюючі функції державного регулювання полягають у розробленні і запровадженні стратегічних програм розвитку сфери послуг, окремих її

сегментів, а також у наданні функціональних повноважень відповідним державним структурним підрозділам щодо втілення їх у практичну діяльність.

Правові функції державного регулювання спрямовані на формування законодавчої бази, покликаної сприяти і регулювати розвиток бізнесу на ринку послуг, формувати механізми її реалізації в реальній економічній ситуації. Основними формами вияву правових функцій держави є закони України, які стосуються підприємницької діяльності, постанови Верховної Ради України і Кабінету Міністрів України, нормативні акти міністерств і відомств. Саме закони є правовим фундаментом цивілізованого розвитку економіки, зокрема і бізнесу на ринку послуг.

Економічні функції державного регулювання полягають у створенні та запровадженні сукупності економічних форм і методів регулювання ринкових процесів у сфері послуг. Серед них виокремлюють прямі й непрямі (опосередковані); регулюючі, підтримуючі та обмежуючі. Наприклад, до економічних функцій належать оподаткування, ліцензування, патентування, сертифікацію, укладення державних контрактів, бюджетне фінансування та ін.

Організаційні функції державного регулювання забезпечують формування умов для сприяння розвитку бізнесу на ринку послуг на основі створення і функціонування відповідних організаційно-правових структур (міністерств, відомств, податкової адміністрації); розроблення державних програм розвитку ринку послуг; створення і налагодження роботи лабораторій з перевірки якості послуг.

Прямі функції державного регулювання полягають у безпосередньому втручанні органів державної влади в підприємницьку діяльність суб'єктів бізнесу на ринку послуг (інспектування діяльності, аудиторська перевірка за рішенням господарського суду).

Непрямі (опосередковані) функції державного регулювання передбачають застосування законодавчих і нормативно-орієнтуючих регуляторів, які розмежовують законний і тіньовий бізнес, визначають правові норми взаємовідносин учасників бізнесу, обсяги їхньої відповідальності, містять,

прийняті в країні, економічні важелі стимулювання, підтримки і захисту законного бізнесу.

Регулювання ринку послуг здійснюється на національному (встановлює певні режими для діяльності місцевих та іноземних фірм), двосторонньому (угоди між країнами, положення яких поширюються і на сферу послуг), багатосторонньому (конвенції та інші нормативні акти міжнародних організацій) рівнях.

Найважливіші національні заходи регулювання ринку послуг спрямовані на встановлення і підтримання стандартів обслуговування в таких сферах, як медицина, освіта та інші, на захист внутрішнього ринку послуг від іноземних конкурентів, стимулювання експорту послуг.

Основою заходів регулювання внутрішнього ринку послуг є політичні, економічні та соціальні інтереси країни: працевлаштування населення; підтримка регіональних підприємств у провідних сферах надання (реалізації) послуг; гарантування національної безпеки; стимулювання збільшення внутрішніх капіталовкладень; збереження національних культурних цінностей тощо.

Експерти ЮНКТАД (постійний допоміжний орган Генеральної Асамблеї ООН, завданням якого є сприяння міжнародній торгівлі; утворений у 1964 р., до складу належать 114 держав, Україна - з 1972 р.; штаб-квартира в Женеві) Конвенції ООН з торгівлі та розвитку виокремлюють такі основні напрями національного регулювання ринку послуг:

1) заходи, що обмежують операції з іноземною валютою, спрямовані на поліпшення стану платіжного балансу країни. Передбачають певні правила обміну валюти, відстрочку платежів у іноземній валюті, обмеження грошових сум, які можна вивозити за кордон тощо;

2) система державних закупівель, спрямованих на розширення споживання послуг національного виробництва (транспортних, послуг зв'язку тощо);

3) державне регулювання національних галузей послуг методом надання їм пільг (субсидії, пільгові кредити, пільгове оподаткування) з метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому

ринках. Наприклад, у процесі реалізації транспортних послуг використання національного транспорту (фрахт) може бути стимульоване податковими і митними пільгами. Договори, що укладаються на державному рівні, можуть передбачати доставку вантажів національним транспортом;

4) заходи, що обмежують прямі іноземні капіталовкладення в інтересах зміцнення національних галузей економіки (страхування, банківська справа, реклама, бухгалтерський облік та ін.);

5) обмеження найму іноземних громадян фірмами, що залучають іноземний капітал. Наприклад, законодавство деяких країн, що регулює банківські та страхові послуги, містить положення, згідно з яким керівні посади в іноземних банках і страхових компаніях повинні займати тільки громадяни країни, де функціонують суб'єкти бізнесу;

6) диференційоване оподаткування іноземних підприємств. Іноді іноземні фірми (філії) сплачують вищі податки порівняно з місцевими підприємствами.

Багатостороннє регулювання ринку послуг відбувається шляхом розроблення угод у межах міжнародних організацій широкого профілю. Наприклад, СОТ (Світова організація торгівлі), ЮНКТАД є провідними міжнародними організаціями, що займаються дослідженням і регулюванням торгівлі послугами, розробляють рекомендації для окремих секторів ринку послуг (морських перевезень, страхових послуг, реалізації новітніх технологій і ноу-хау). Не менш важливим напрямом цієї роботи є розроблення конвенцій та угод у межах спеціалізованих міжурядових організацій (Організації міжнародної цивільної авіації. Міжнародної морської організації. Всесвітньої туристичної організації та ін.).

Залежно від ситуації, що складається на ринку послуг, держава може вдаватися до спеціальних заходів регулювання окремих його сегментів. Такими заходами, як правило, є:

а) законодавче регулювання національних сфер послуг. В Україні цьому завданню підпорядковані, наприклад, Закони "Про загальну середню освіту" (1999 р.), "Про освіту" (1991 р.), "Про основи державної політики у сфері науки

і науково-технічної діяльності" (1992 р.) та ін. Відповідно до Закону України "Про освіту" всі недержавні освітні заклади підлягають обов'язковій державній реєстрації з наступним отриманням ліцензії в органах управління освітою. У процесі ліцензування оцінюванню підлягають не навчальні програми і плани, а відповідність умов освітньої діяльності встановленому державою галузевому стандарту;

б) пряме обмеження та ембарго на імпорт окремих видів послуг. Наприклад, у сфері надання (реалізації) послуг пасажирського перевезення практично всі країни надають національним авіакомпаніям монополне право на внутрішні маршрути; у сфері інформаційних послуг існують обмеження на доступ іноземних користувачів до національного банку даних; у сфері соціально-культурних послуг деякі держави забороняють імпорт рекламних фільмів, радіо- і телевізійних передач;

в) обмеження напрямів діяльності іноземних фірм на внутрішньому ринку послуг. Наприклад, у сфері консультативних і правових послуг держава дозволяє іноземним юридичним особам здійснювати консультації тільки з міжнародного права. Іноді може бути заборонена їхня участь у судовому процесі.

Найчастіше для обмеження імпорту окремих видів послуг застосовують ліцензування, ембарго на створення іноземних фірм, заборону перерахування доходів від іноземних інвестицій за межі країни, технічні стандарти, квоти, податки та ін. Наприклад, при укладанні двосторонньої угоди щодо створення сприятливого клімату іноземним юридичним і фізичним особам багато країн виключають із національного режиму найважливіші сфери послуг (банківська справа, зв'язок, вантажні та пасажирські перевезення, радіомовлення і телебачення, супутниковий зв'язок).

Розвиток підприємництва, зокрема ринку послуг, регулюють закони "Про захист прав споживачів" (1991), "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" (1992), "Про зовнішньоекономічну діяльність" (1991), "Про інформацію" (1992), "Про

науково-технічну інформацію" (1993), "Про авторське право і суміжні права" (1993), "Про захист інформації в автоматизованих системах" (1994), "Про туризм" (1995), "Про страхування" (1996), "Про рекламу" (1996), "Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України" (1997), "Про кінематографію" (1998) та ін. Десятки інших законів прямо або опосередковано стосуються бізнесу на ринку послуг, регулюють відносини власності, банківські, торгово-посередницькі послуги, інноваційну й інвестиційну діяльність. Діють численні укази, постанови, стандарти, інші нормативні документи владних структур.

Вони уможливають діяльність у цій сфері підприємств державної, колективної, приватної форм власності, фізичних осіб, визначають їх права, обов'язки, межі відповідальності й підстави для її настання, а також права споживачів, установлюють вимоги для реєстрації суб'єктів бізнесу, умови діяльності та її припинення тощо.

Правова основа, що регулює підприємницькі відносини на ринку послуг, на жаль, далека від досконалості. Основними її недоліками є;

- недостатня систематизованість законів і нормативних актів, що регулюють розвиток національної економіки загалом;
- застарілість багатьох правових і нормативних положень, що регулюють бізнес на ринку послуг;
- нечіткість, багатозначність, розмитість змісту багатьох положень. Це породжує різночитання, спірні ситуації, які виникають між підприємцями, ними і владними структурами, ними і споживачами послуг.

Тому особливо важливим питанням залишається визначення оптимальної сукупності законодавчих актів, яка б забезпечила ефективний розвиток комерційного підприємництва на ринку послуг і національної економіки загалом.

Політика держави у сфері послуг повинна бути покликана забезпечити умови для того, щоб конкуренція реалізувала всі свої функції за оптимальної її інтенсивності. Така політика відкриває простір для технічного і технологічного

прогресу (інноваційна діяльність під тиском конкуренції). Вона є ефективною передумовою гнучкого адаптування суб'єктів бізнесу на ринку послуг до мінливого конкурентного середовища (адаптування під тиском конкуренції).

1.6 Характеристика основних складових системи доставки послуг

Як було відмічено раніше, для багатьох видів послуг процеси їх надання і споживання являються дві взаємозв'язані й ідентичні дії. Самі процеси розроблені й застосовуються як результат погодженого зусилля за допомогою різних компонентів сервісної організації або підприємства сфери послуг.

Підприємство сфери послуг - це господарський відособлена виробнича одиниця у сфері сервісу, що виробляє або реалізовує одну або більше споживчих послуг.

Сервісні організації існують для того, щоб надавати послуги своїм покупцям. Це є основою місії, стратегії політики сервісних організацій. Система дій передбачає розробку пакету послуг і систему доставки спільно з маркетинговими, фінансовими і людськими ресурсами. До функцій сервісної організації належать щоденна організація роботи системи надання послуг, визначення потреб в ресурсах, що використовуються при наданні послуги, створення і фінансування навчальних програм. Маркетингова система управляє комунікаціями з покупцями, включаючи рекламу, продаж, просування, розподіл і дослідження ринку. Експлуатаційні й маркетингові функції у багатьох випадках частково перекриваються. Наприклад, персонал експлуатаційних відділів під час надання послуги може продавати інші послуги компанії або діяти в якості маркетологів. Ці дві функції тісно взаємозв'язані, найбільш важливою областю їх взаємодії є дизайн самої послуги і система її постачання.

Система доставки може розглядатися у вигляді двох складових - основний простір і підсобний.

Основний простір є видимою для покупця частиною системи постачання. У цій частині покупець взаємодіє з працівниками сервісної організації і вступає в контакт із засобами обслуговування і технологічними процесами. Підсобне господарство є невидимим для покупця і містить весь персонал, засоби обслуговування, устаткування, процеси, які підтримують роботу персоналу, і процеси, що виконуються в основному просторі. Уявна "лінія видимості" розділяє систему доставки на дві частини. Те, що знаходиться нижче цієї лінії, не має стосунку до покупця, але помилки в підсобному господарстві відображаються на діяльності основного господарства, а отже, на споживачеві.

Процес надання послуг може бути представлений з різних точок зору, а саме:

1. Очевидно, що в процесі надання послуги здійснюється взаємодія людей. Тому надання послуги може розглядатися як соціальна взаємодія, при якій покупці й службовці сервісних організацій вступають у взаємовідносини як звичайні люди в звичайних ситуаціях.

2. Деякі процеси надання послуг можуть також характеризуватись як економічний обмін, при якому відбувається обмін ресурсами між покупцем і сервісною організацією. Ресурсами обміну з боку сервісної організації виступають праця, уміння, знання, технологія або інформація.

3. У деяких випадках процес надання послуг може розглядатися споживачами як виробничий процес.

4. Взаємодія споживача й продавця послуги може здійснюватися на підставі договірних відносин. Покупець наймає сервісну організацію для того, щоб вона від його імені чи для нього надала послугу. За цією угодою покупець передає сервісній організації частину повноважень щодо прийняття рішень відносно себе або своєї власності. У цьому випадку обидві сторони діють у рамках цієї угоди. Наприклад, хірург здійснює хірургічну операцію з відома клієнта, при цьому часто пацієнт знаходиться в несвідомому стані й хірург сам повинен приймати рішення відносно пацієнта в межах наданих йому повноважень.

5. Деякі послуги вимагають активної участі покупця у створенні послуги. У цих випадках покупець сам вкладає свою працю у створення послуги, тобто в повному розумінні працює в сервісній організації.

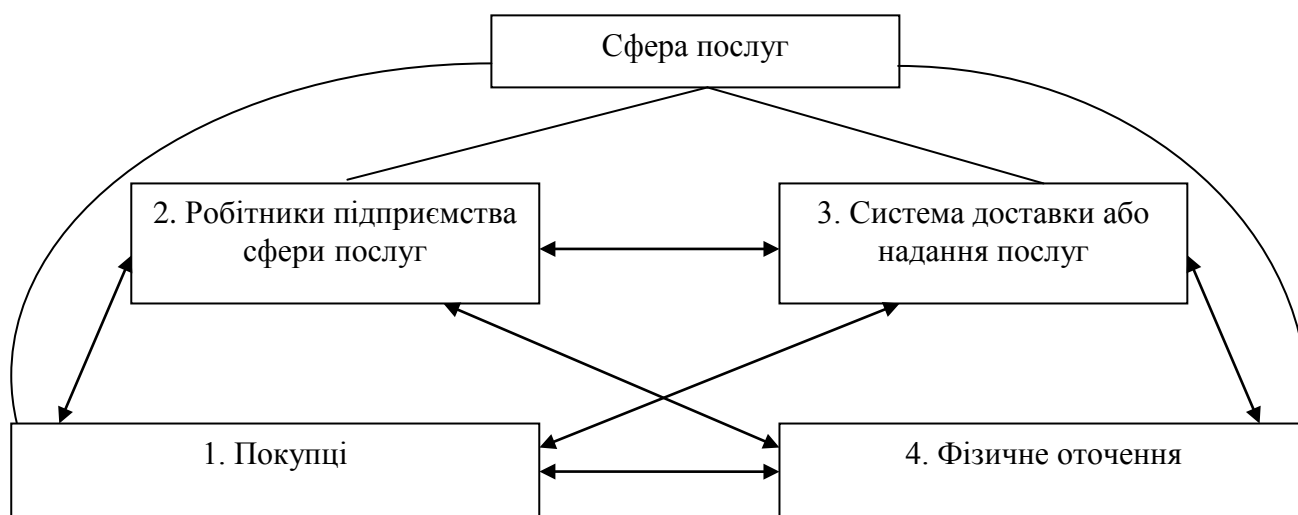


Рис.1.4. Схема взаємодії елементів системи підприємства сфери послуг

Сервісний службовець є другим елементом системи надання послуг. Сервісний службовець є обличчям фірми, його слова і дії сприймаються як реалізація політики організації. Крім цього, передбачається, що він повинен діяти від імені та в інтересах покупця, так як в процесі реалізації послуги покупець довірів себе або своє майно його піклуванню. На дії виконавця послуги та її якість дуже впливає чинна на підприємстві система доставки та фізичне оточення. Службовець змушений протягом усього робочого часу

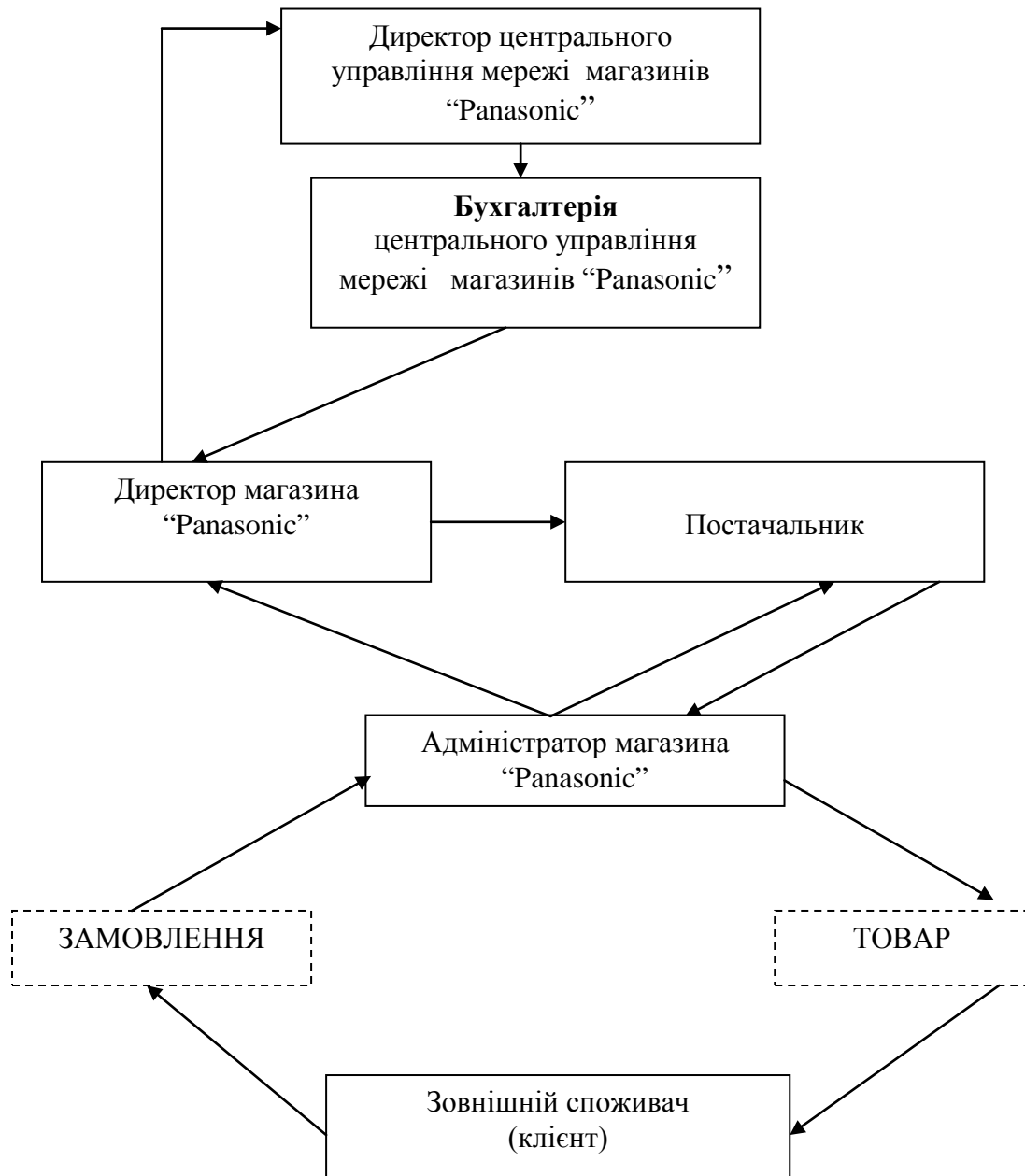
використовувати наявне на підприємстві обладнання, від ефективності роботи якого може залежати задоволеність клієнта в процесі надання послуги. Зручність і оснащеність робочого місця (фізичне оточення) також сприяють підвищенню продуктивності сервісного службовця.

Система доставки складається з обладнання, засобів обслуговування, певних правил, приписів та організаційної культури. Система доставки повинна на підприємствах сфери послуг розроблятися з урахуванням новітніх досягнень у даній області, а також бути орієнтована на зручність клієнта і сервісного службовця, що обслуговує систему доставки в процесі надання послуги. Більшість підприємств сфери послуг надають не одну, а декілька послуг. В усьому спектрі послуг, що надаються, можна виділити основні й додаткові послуги. Необхідною умовою для задоволеності потреб покупця є бездоганне надання основної послуги. Якісне надання додаткових послуг не буде цінним для покупця, якщо основна - неякісна. Тому систему доставки необхідно проектувати, орієнтуючись на основну послугу.

Фізичне оточення містить усі відчутні аспекти купівельного пізнання послуги або сервісної організації. Фізичне оточення - це обстановка обслуговування, тобто інтер'єр будівлі, де здійснюється надання послуги, паркування автомобілів, ландшафт, меблі та обладнання, показники освітлення, температура, рівень шуму в приміщенні, чистота, звукове оформлення, озеленення тощо. Фізичне оточення є дуже важливим фактором для успішної роботи підприємства сфери послуг, особливо для тих підприємств, які надають особисті послуги, за яких обов'язковим є присутність клієнта.

Розглядаючи сервісну організацію як систему, необхідно враховувати, яким чином надається послуга відповідно до специфіки функціонування підприємства. Так, наприклад, один із мережі магазинів «Panasonic», що займається продажем аудіо-, відео- і побутової техніки та надають покупцям широкий спектр послуг з доставки, установки техніки, роз'яснення функціональних можливостей і особливостей, а також

гарантійному обслуговуванню, має структурну схему взаємозв'язку клієнт - сервісна організація (рис. 1.5).



- 1 - надходження замовлення від споживача
- 2 - запит про наявність товару
- 3 - передача інформації
- 4 - узгодження
- 5 - наказ про виділення коштів
- 6 - отримання довіреності на закупку товару
- 7 - розрахунок з постачальником
- 8 - отримання товару
- 9 - відпуск товару

Рис. 1.5. Схема надання послуг клієнтам

Розглядаючи підприємство сфери послуг, необхідно приділити увагу взаємодії факторів внутрішнього й зовнішнього середовища. Так як процес надання послуги та її споживання взаємопов'язані, то фактори зовнішнього середовища впливають на діяльність підприємства більше, аніж це відбувається на виробничому підприємстві. Попит і обсяг діяльності повинні бути узгоджені - це забезпечує оптимізацію діяльності сервісної організації.

Вивчення факторів зовнішнього й внутрішнього середовища сприяє цілісному розумінню завдань, що стоять перед сервісною організацією, та сприяє підвищенню ефективності його функціонування й пошуку нових шляхів розвитку. Багато послуг виробляються відразу для багатьох споживачів. Деякі масові послуги можуть надаватися без контакту з іншими покупцями, наприклад, послуги Інтернету, телебачення. Але є послуги, наприклад, подорожі, навчання, спортивні змагання, що вимагають присутності споживачів в місці надання послуги. У таких випадках поведінка покупця може впливати на результат надання послуги щодо інших покупців. Наприклад, нетверезий пасажир може зробити подорож неприємним для інших пасажирів і сервісних службовців. У той же час люди зі схожими інтересами та соціальним статусом можуть поліпшити сприйняття наданої послуги. Керівництво підприємств сфери послуг має подбати про забезпечення комфортності в процесі надання послуг для кожного клієнта.

Питання для самоперевірки

1. Визначте основні чинники сфери послуг
2. Охарактеризуйте функції сфери послуг.
3. Наведіть фактори, що сприяють стрімкому розвитку сфери послуг.
4. Яка роль сфери послуг в економіці України?
5. Надайте основні підходи щодо визначення сутності послуг.
6. Що є об'єктами товарознавства в ринкових умовах?
7. Що є результатом надання послуг?

8. Наведіть складові процесу надання послуги.
9. Надайте характерні риси послуг, які визначають специфіку їх надання.
10. Визначте чинники, що впливають на “мінливість послуг” та шляхи щодо зменшення її негативного впливу на процес надання послуг.
11. Визначте шляхи зменшення негативного впливу “нерозривності виробництва та споживання послуг” на процес їх надання.
12. Наведіть способи зменшення негативного впливу фактора “незберігання послуг” на процес їх надання.
13. Завдяки яким заходам можна зменшити негативний вплив фактора “невідчутність послуги”?
14. Визначте особливості надання послуг у ринкових умовах.
15. Що є “стандартом обслуговування”?
16. Дайте визначення “підприємства сфери послуг”.
17. Назвіть і дайте характеристику складовим системи доставки послуг.
18. Яка роль сервісного службовця в процесі надання послуг? Як впливає на роботу компанії індивідуальне виконання службовців?
19. Яка роль покупця в процесі надання послуг?
20. Що містить “фізичне оточення” як складова системи надання послуг? Приведіть приклад його дії на процес надання послуги.

ТЕМА 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

План

- 2.1 Поняття якості послуг.
- 2.2 Методи оцінки та показники якості послуг
- 2.3 Управління якістю послуг
- 2.4 Модель цінності послуги.

2.1 Поняття якості послуг

На даний час якість перестає бути просто явною конкурентною перевагою, яким володіють кілька фірм. Якість - обов'язкова вимога для існування в бізнесі, це вимога для виживання в конкурентному середовищі.

На підприємстві сфери послуг виділяють наступні етапи діяльності в області забезпечення якості послуг: планування, розробка послуги, підготовка до її надання, контроль за її наданням, перевірка якості в процесі споживання. При цьому гарантією якості на перерахованих етапах є відповідальність кожного підрозділу - учасника процесу.

Вивчення проблеми якісного надання послуг потрібно починати з визначення життєвого циклу послуги як нематеріального об'єкта, його етапів та стадій.

Перша стадія. Проектування – закладаються властивості послуги як товару. Проект має потенційну споживчу вартість. Товарознавець розробляє критерії оцінки споживчої вартості, приймаючи участь у стандартизації, сертифікації послуг, розробці систем якості.

Етапи:

- 1) маркетинг, пошук та вивчення ринку послуги;
- 2) проектування та розробка технічних вимог до послуги. При проектуванні та розробці технічних вимог до послуги, закладається рівень якості результату надання послуги, який складається з:
 - рівня якості надання безпосередньо послуги;
 - рівня якості умов обслуговування споживача при наданні послуги.

Рівень якості результату надання послуги повинен виправдати очікування споживача, які були мотивацією для замовлення послуги.

3) матеріально-технічне забезпечення;

4) підготовка та розробка виробничих процесів;

Етапи 3, 4 також ураховують, що якість товару як послуги, складається з рівня якості надання безпосередньо послуги та рівня якості умов обслуговування споживача при наданні послуги.

Друга стадія. Виготовлення – Товарний обіг – Споживання. Для товару, який є послугою стадії Виготовлення – Товарний обіг – Споживання збігаються у часі. Виробнича діяльність виконавця послуги співпадає у часі з етапом продажу послуги та її споживанням.

Відсутні етапи збереження товару – послуги (на етапах товарного обігу та споживання) і транспортування товарів - послуг.

Транспортування електричної, теплової енергії, холодної води не є етапом транспортування товарів-послуг, а є складовою стадії виготовлення послуги етапу виробництво, суть надання послуги полягає в тому, що споживач має можливість цілодобово користуватися відповідною енергією, відповідної якості, сплачувати за послугу відповідно нормативу або по факту отримання, отримувати комфортне обслуговування при наданні послуги. Результат надання розглянутих послуг нематеріальний. Критерій нематеріальності – права власності на результат послуг не виникає.

Етапи:

5) виробництво послуг;

6) контроль відповідності виробничих процесів виробництва безпосередньо послуг та порядку обслуговування споживачів законам України, постановам КМУ, іншим нормативним документам, технологічним картам надання послуг;

7) контроль відповідності рівня якості результату надання послуг нормативам.

Товарознавець приділяє увагу факторам, які впливають на формування якості послуг, можливість виникнення та усунення послуг низької якості. Він розробляє технологічні карти надання послуг, порядок розрахунку тарифів, нарахувань плати, способи і методи контролю якості та безпеки послуг, правила сертифікації та порядок проведення експертизи товарів.

Товарознавець повинен знати кон'юнктуру ринку послуг, уміти оцінювати їх конкурентоспроможність, аналізувати діяльність монополістів на ринку послуг, у першу чергу тих, що надають першочергові життєво необхідні послуги.

Якість потрібно забезпечувати на кожному етапі життєвого циклу послуги.

Необхідність забезпечення певного рівня якості послуги обумовлюється наступними факторами:

1. Якість - це основна характеристика задоволення покупця, тобто Високу якість призводить до високого задоволенню покупця послуги, що забезпечує підвищення лояльності покупця і, в кінцевому рахунку, є гарантією отримання прибутку підприємства та забезпеченням розширення сфери впливу і діяльності.

2. Якість послуги забезпечує більш високу частку на ринку за рахунок лояльних покупців, їх усної реклами та ін.

3. Підприємства, що домоглися певної якості послуги, є прибутковими організаціями, які можуть забезпечити виплату дивідендів своїм акціонерам, тобто якісна послуга може залучити інвесторів, що, у свою чергу, забезпечує стабільність і зростання.

4. Коли організація надає послуги високої якості, її службовці задоволені і пишаються своєю роботою, тобто вони лояльні й працюють більш продуктивно. У таких організаціях немає плинності кадрів.

5. Висока якість послуг забезпечує зниження витрат і витрат, пов'язаних з виправленням помилок, необхідністю переробки послуги, повернення грошей незадоволеності покупця.

6. Компанії, які зарекомендували себе як виробники послуг високої якості, можуть не брати активної участі в ціновій конкуренції, оскільки можуть призначати більш високі ціни, ніж у конкурентів. Якість - обов'язкова вимога для існування сервісних організацій, ця умова не тільки зростання, але й виживання в конкурентному середовищі. Так, професора Гарвардського університету Хескет Дж., Сассер Є. і Шлесінг Л. розглядають зростання якості послуг як сполучна ланка між прибутковістю організації та можливістю надання послуги. Модель «ланцюжка отримання доходу у сфері послуг», яка ґрунтується на наступних твердженнях :

- прибуток і зростання фірми пов'язані з прихильністю споживача;
- прихильність споживача пов'язана з споживчої задоволеністю;
- задоволеність споживача пов'язана з цінністю послуги;
- цінність послуги пов'язана з продуктивністю співробітників;
- продуктивність співробітників пов'язана з прихильністю;
- прихильність співробітників пов'язана з їх задоволеністю;
- задоволеність співробітників пов'язана з внутрішньою якістю трудового життя.

Поняття «якість», особливо для послуг, досить важко визначити, так як складно визначити критерії оцінки якості. Наприклад, у сфері освітніх послуг якість послуг пов'язана з мінливістю, яка залежить від виконавця послуги, його професіоналізму, настрою, стану здоров'я, досвіду та інших факторів, крім того, залежить від того, як якість сприймається покупцем або споживачем послуги, а також від ступеня виконання галузевих стандартів. Необхідність забезпечення певного рівня якості освітньої послуги обумовлюється наступними факторами: якість - це основна характеристика задоволення покупця, тобто висока якість призводить до високого задоволенню покупця послуги, що забезпечує підвищення лояльності покупця і, в кінцевому рахунку, є гарантією отримання доходів підприємства та забезпечення розширення сфери впливу й діяльності; якість освітньої послуги забезпечує для вузу більш високу частку на ринку за рахунок лояльних покупців, їх усної реклами; коли організація виробляє

послуги високої якості, її службовці задоволені і пишаються своєю роботою, тобто вони лояльні й працюють більш продуктивно, немає плинності кадрів; висока якість послуг забезпечує зниження витрат, пов'язаних з виправленням помилок, необхідністю переробки послуги, повернення грошей незадоволеному покупцю. Вузи, які зарекомендували себе як виробники послуг високої якості, можуть не брати активної участі в ціновій конкуренції, так як вони можуть призначати більш високі ціни, ніж у конкурентів.

Таким чином, на сучасному етапі підвищення якості висувається на перший план, стає кінцевим результатом діяльності підприємства, в той же час якість є одним із вирішальних чинників подальшого розвитку підприємств сфери послуг.

Як відмічалось раніше, поняття «якість», особливо для послуг, досить важко визначити. Це пов'язано з багатьма моментами, наприклад, складно визначити критерії якості, оскільки якість у сфері послуг пов'язана з мінливістю, яка залежить від виконавця послуги, його професіоналізму, настрою, стану здоров'я, досвіду, , а також від того, як якість сприймається покупцем або споживачем послуги. Більшість визначень якості не відображає всіх аспектів, якими характеризується якість послуги.

Одним із найбільш поширених визначень якості послуги є наступне:

Якість послуги - сукупність властивостей, що визначають її придатність задовольняти індивідуальні потреби конкретного споживача. Причому в цих властивостях відбивається єдність якісного виконання (виробництва) послуги та особистого обслуговування споживача.

Якість виробництва (виконання) послуги - це відповідність виготовленого або відремонтованого виробу (для матеріальних послуг), виконаної роботи вимогам стандартів, технічних умов, а також індивідуальним вимогам споживача.

Якість обслуговування - це сукупність умов, які забезпечують замовнику при отриманні послуги максимальні зручності при мінімальних витратах часу.

У цілому, можна виділити п'ять аспектів, які є пріоритетними при визначенні якості послуги (рис. 2.1):



Рис. 2.1. Основні аспекти визначення якості послуги

1. Властивість абстрактності послуги не дозволяє якості послуги до її надання, тобто воно може бути розпізнано тільки на підставі експерименту. Іншими словами, «визначити якість не можна, але, побачивши, ви його визначите».

2. Якість послуги може бути оцінена на основі аналізу якості супутніх товарів. Якість супутніх товарів може бути визначена за допомогою кількісних | характеристик. Наприклад, кількість записів у реєстраційній книзі, кількість днів, протягом яких буде виконано замовлення тощо. Заснований на вимірюваних характеристиках, цей критерій дозволяє дати об'єктивну оцінку якості послуги. Основним недоліком даного визначення якості послуги є те, що в реальній ситуації буде невиправданим припущення, що всі клієнти бажають

одних і тих же характерних ознак, тобто не враховуються відмінності у смаках і перевагах окремих споживачів.

3. Якість послуги може бути визначена з точки зору кінцевого споживача послуги, тобто оцінка якості послуги як «придатності до використання». Наприклад, добре приготована їжа, що подається через годину після замовлення, може сприйматись як знак низької якості, якщо клієнт поспішає або голодний. Таким чином, якість, що оцінюється клієнтом, може задовольняти або не задовольняти його запитам залежно від багатьох факторів. Наприклад, від настрою, характеру, специфічних особливостей клієнта, готовності довго чекати виконання замовлення, тобто оцінка якості послуги буде суб'єктивною. Однакова послуга, надана різним клієнтам, може бути ними оцінена по-різному. Наприклад, якість циркової вистави може бути оцінений публікою по-різному. Суб'єктивність такого підходу породжує два завдання: як вирішити, якими характеристиками повинен володіти товар або послуга, щоб апелювати до найбільшої кількості клієнтів; як розрізнити ті характеристики, які забезпечують задоволеність, й ті, що мають на увазі якість.

4. Визначення, орієнтовані на виробництво, розглядають якість послуги як результат розробки та виробництва. Згідно з таким підходом, якість є «відповідністю вимогам», тобто наскільки процес надання послуги відповідає стандартам обслуговування, розробленим керівництвом підприємства сфери послуг.

Наприклад, якщо послуга автобусних перевезень допускає прибуття автобуса на стоянку з відхиленням від графіку на 10 хвилин, рівень якості щодо цієї специфікації може бути легко встановлений за допомогою порівняння фактичного часу прибуття автобуса із заявленим розкладом. Недолік такого підходу в тому, що в більшості випадків при розробці специфікацій або стандартів обслуговування не враховуються потреби й переваги клієнтів, якість є внутрішнім завданням, яка дозволяє керівництву спростити контроль надання послуги, але не прагне дати клієнтам те, що вони хочуть.

5. Якість може бути визначено з точки зору створення цінності. Якість визначається як баланс між виконанням і прийнятною для клієнта ціною.

Ці визначення якості розрізняються з точки зору ділових функцій - маркетингу, виробництва та проектування.

Нарешті, офіційне визначення якості, відповідно до стандарту ISO 9000, наступне: якість - це сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, здатних задовольнити обумовлені потреби. Якість - комплексний показник, що охоплює всі сторони діяльності підприємства: організацію виробничого процесу, маркетингову, фінансову діяльність тощо. Чисельна оцінка якості повинна даватися з економічної, ергономічної, екологічної, споживчої, соціальної точок зору.

2.2 Методи оцінки та показники якості послуг

Незважаючи на те, що однією з основних характеристик послуги є мінливість якості, необхідність оцінювання якості послуг навіть більше, ніж якості товару. Це пов'язано з тим, що, оцінивши якість готової продукції на підприємстві, ймовірність того, що вона зміниться до моменту купівлі, досить низька (якщо не розглядати форс-мажорні обставини: псування в процесі транспортування або зберігання тощо). Існують окремі групи осіб, які зацікавлені в тому, щоб здійснювався процес оцінки якості послуг, причому регулярно та був більш-менш стандартизованим.

І. Насамперед, це споживачі, які отримують послугу. Будь-який клієнт, що отримав послугу, здійснює таку оцінку. Вона може мати емоційний характер, так як саме клієнт є основним суддею якості послуги. Послуга може не відповідати вимогам стандартів обслуговування, але якщо клієнт задоволений - можна говорити про те, що послуга якісна.

2. Керівництво будь-якої компанії зацікавлене в оцінці діяльності своїх співробітників. Тому друга група осіб, яка зацікавлена в оцінці якості - це керівники різних рівнів управління. Така оцінка проводиться в основному з

метою мотивації персоналу, виявлення зловживань, визначення лідерів продажів, ротації тощо.

3. Вищі керівні організації також зацікавлені в оцінці якості послуг, які надаються окремими підприємствами й організаціями. Наприклад, вища атестаційна комісія оцінює якість надання освітніх послуг та визначає рівень акредитації вузів.

4. Конкуренти зацікавлені в оцінці якості послуг для того, щоб зіставити власну послугу з іншими аналогічними послугами, що надаються на ринку.

5. Громадські організації оцінюють якість надання послуг з метою виявлення організацій, які порушують загальноприйняті або встановлені норми обслуговування. Наприклад, товариство із захисту прав споживачів може здійснювати таку оцінку.

6. Рейтингові агентства, що здійснюють дослідження ринків і виявлення загальних тенденцій розвитку.

Якість послуг оцінюється за показниками якості. Під показником якості послуги розуміють кількісну характеристику властивостей, які входять до складу якості, що розглядається відповідно до певних умов її створення та експлуатації або споживання.

Розрізняють такі показники:

- призначення;
- надійність (безвідмовність, ремонтпридатність, збереженість);
- довговічність;
- технологічність;
- ергономічні показники;
- естетичні показники;
- показники стандартизації та уніфікації;
- економічні показники, що характеризують не саму якість, а витрати, пов'язані з виконанням роботи, створенням виробів певної якості або поліпшенням їх окремих параметрів, а також економічну ефективність зазначених витрат.

Прийнято виділяти п'ять найбільш поширених критеріїв, за допомогою яких споживачі оцінюють якість послуги, а саме:

1. Надійність або здатність виконати обіцяну послугу в заздалегідь визначений термін. Це означає, що фірма надає послугу правильно з першого разу, вчасно і що організація виконує свої обіцянки. У деяких випадках мається на увазі надійність інформації, яка представлена в процесі надання послуги. Наприклад, точність у рахунках, бухгалтерських записах тощо.

2. Чуйність, тобто прагнення або готовність службовців надати послугу. У це поняття включається своєчасність послуги, наприклад, надання термінової послуги, негайна відповідь і надання необхідної інформації тощо.

3. Безпека, тобто клієнти мають бути впевнені в професіоналізмі виконавця послуги. Цей критерій стосується знань, компетентності, ввічливості персоналу та його здатності вселяти впевненість.

4. Взаєморозуміння з покупцями визначається як турбота й персоніфікована увага, що надається клієнтам. Контакт зі службовцями повинен бути доступним і приємним, а вони, в свою чергу, мають докладати зусиль до того, щоб зрозуміти клієнтів та їх потреби.

5. Очевидність містить фізичні аспекти послуги, такі як засоби обслуговування, зовнішність персоналу, інструменти або обладнання, які використовуються для того, щоб надати послугу, фізичне втілення послуги й наявність інших клієнтів.

Дослідження показали, що за ступенем важливості перерахованих вище показників, на основі аналізу думок споживачів різних видів послуг, найбільш значущим є показник надійності - 32% опитаних прийшли до такого висновку, чуйність - 22%, безпека - 19%, взаєморозуміння з покупцем - 16 % і очевидність - 11%.

Вищенаведені критерії слід розглядати для послуг у цілому. Вибір системи критеріїв, зрозуміло, завжди буде визначатися видом послуги, що аналізується, а також тими особливостями, якими, на думку особи, що оцінює послугу, вона повинна володіти. Більш глибоке розуміння якості будь-якої

конкретної послуги вимагає ретельного вивчення її характеристик і того, що клієнти від неї чекають.

При визначенні показників якості використовуються наступні методи:

- вимірювальний метод, який передбачає використання технічних вимірювальних засобів;
- реєстраційний метод, заснований на реєстрації й підрахунку числа певних подій (показники надійності, довговічності, стандартизації);
- обчислювальні методи, засновані на застосуванні математичних моделей;
- органолептичний метод (зір, слух тощо), заснований на тому, що точність визначається кваліфікацією, навичками, здібностями;
- соціологічний метод;
- експертний метод.

Кількісна оцінка рівня якості виконання послуг та обслуговування необхідна при:

- виборі найбільш правильних рішень при підвищенні якості;
- плануванні та прогнозуванні рівня якості, контролю якості;
- моральне й матеріальне стимулювання працівників за підвищення якості;
- вивченні динаміки якості;
- визначенні напрямів вдосконалення;
- забезпеченні зростання конкурентоспроможності послуг;

Для розрахунку показників якості використовуються диференційований, комплексний і комбінований методи.

При диференціальному методі рівень якості послуг оцінюється шляхом зіставлення значень окремих одиничних показників якості даного виду послуг з показниками, прийнятими в якості базових.

Комплексний метод дозволяє оцінити рівень якості послуг через один узагальнений показник.

При комбінованому методі оцінки використовується комплексна оцінка спільно з диференціальною.

Наприклад, якість ремонту взуття оцінюється в балах за технологічним, естетичним (поліпшення зовнішнього вигляду, відновлення первинної форми верху) і гігієнічним показниками.

Відповідно до позиції виробника і споживача в оцінці рівня якості послуг, можна виокремити виробничий та споживчий підхід до даного процесу.

Виробничий підхід до оцінки якості базується на порівнянні значень індикаторів, що відбивають рівень виконання вузлових моментів технології виробництва послуг (такі як час очікування і час обслуговування, рівень професійної майстерності), з базовими значеннями відповідних показників, заданими проектними розробками (сукупність яких відображається поняттям специфікації послуги).

Споживчий підхід до оцінки якості послуг, акцентується увага на корисному ефекті споживання послуги, при цьому змінює не стільки зміст оцінюваних параметрів, скільки привносить суб'єктивізм у цю оцінку. Це обумовлюється такими факторами як:

- об'єктивними розходженнями у вимогах клієнтів, обумовленими їхнім демографічним, соціально-економічним і споживчим статусом;
- психологічним механізмом перекручування об'єктивних фактів у сприйнятті людини. Це перекручування може мати різну природу, зокрема бути результатом дії "ефекту плацебо", який можна пояснити в такий спосіб: людина фактично відчуває те, у що вірить. Як показали численні дослідження, на людину досить сильно діє "ефект плацебо". Відповідно, та сама послуга буде мати різну оцінку якості з погляду різних груп споживачів.

Важливою особливістю споживчого підходу є зміна бази порівняння щодо оцінювання якості послуги. До моменту споживання послуга для клієнта існує віртуально як набір очікуваних вигід. Особливості контролю за якістю надання послуг надано в таблиці 2.3.

Особливості контролю за якістю надання послуг

Етап оцінки	Порівняльна база оцінки	
	Виробничий підхід	Споживчий підхід
До придбання	Проектні значення критеріїв, що відображають рівень виконання вузлових моментів технологій виробництва послуг	Зіставлення очікуваної вигоди споживання послуги даного виробника і його конкурентів
Після надання	Зіставлення фактичного рівня виконання з базовими проектними показниками (стандартами)	Зіставлення очікувань і реального рівня надання послуги (реалізації очікувань)

Це ставить перед виробником послуг завдання активно контролювати очікування й сприйняття споживачів реальних характеристик послуги, скорочувати потенційний розрив між очікуваннями й сприйняттям корисного ефекту послуги, тим самим формуючи передумови досягнення задоволеності споживача. Очікування споживачів формуються, виходячи з особистого минулого досвіду, обміну думками на рівні особистих комунікацій і орієнтовані на власні потреби. На них істотно впливають засоби масової комунікації. Невідповідність обіцянок, отриманих по каналах масової комунікації рівню реального виконання послуги, формує небезпеку розриву між очікуванням і сприйняттям послуг.

Інше потенційне джерело розриву пов'язане з відхиленням реальних характеристик виконання послуги від стандартів проектної специфікації. Це може бути викликано різними причинами, зокрема, наприклад, невідповідністю кваліфікації персоналу технологічним вимогам і (або) недостатньою мотивацією дотримання встановлених стандартів. Але й самі стандарти, встановлені неправильно, тобто, без урахування очікувань споживачів, несуть у собі потенційну небезпеку формування відхилення очікуваної якості від сприйнятого.

2.3 Управління якістю послуг

Досягнення належної якості послуг та постійне поліпшення можливе завдяки створенню системи контролю якості. Якщо підприємство має намір проіснувати довго й успішно, то орієнтація на якість повинна стати найважливішою складовою його організаційної політики.

Організуючи систему контролю якості, необхідно пам'ятати про таке:

1. Покращення якості не може бути самоціллю. Воно потрібне лише тоді, коли прибуток, що планується від цього, буде вищим за витрати, що очікуються.

2. Контроль за якістю починається зі встановлення стандартів.

3. Стандарт це не догма, а наслідок планів. Змінюючи плани, переглядають стандарти.

4. Результати контролю також можуть указувати на необхідність підвищення або зниження вимог стандартів.

5. Працівники повинні знати що їх преміюють за досягнення стандартів, а не тільки за їх перевищення, або штрафують за відхилення від них.

6. Абсолютний і всеохоплюючий контроль є нерентабельним.

7. Оптимальною стратегією є поєднання постійного і суворого контролю на вузлових етапах з вибічковими перевірками на проміжних ділянках.

8. Менеджери, що відповідають за якість, повинні мати повноваження приймати рішення.

9. Важливим є не тільки те, наскільки часто здійснюється контроль, а час який проходить між тим, коли помітили відхилення і прийняттям рішення про його усунення.

10. Знайшовши відхилення, шукайте не винного, а причину.

11. Система контролю якості не повинна бути складною.

Надання послуги споживачам передбачає:

- дотримання заданих технічних умов на надання послуги;
- контроль за дотриманням технічних умов на послугу;
- коригування процесу при виявленні відхилень.

Управління якістю має стати невід'ємною частиною процесу надання послуги. Воно містить:

- вимірювання і перевірку ключових видів діяльності в рамках процесу надання послуги з метою уникнення небажаних тенденцій і незадоволення споживачів;
- самоконтроль залученого до надання послуги персоналу як невід'ємну частину вимірювання параметрів процесу;
- остаточне, при безпосередній взаємодії зі споживачем, оцінювання постачальником послуги, що надається, з метою визначення перспектив стосовно її якості.

Ефективне управління якістю послуг може бути забезпечене шляхом створення системи менеджменту якості на підприємстві. Споживач перебуває в центрі трьох ключових аспектів системи менеджменту якості (рис.2.3.).

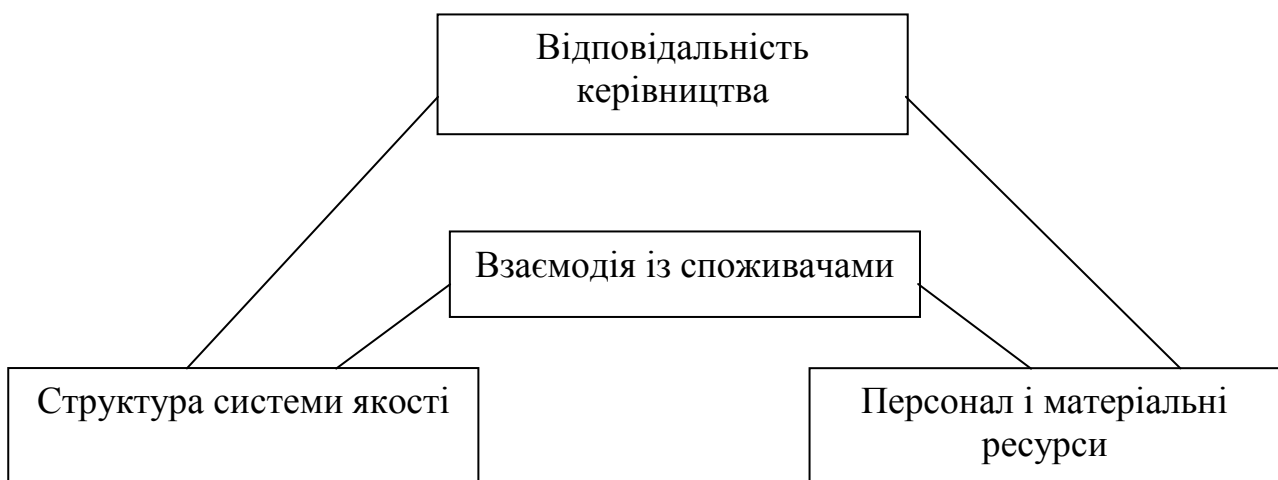


Рис. 2.3. Ключові аспекти системи менеджменту якості

Згідно з рис. 2.3. задоволення споживача може бути досягнуте лише при наявності гармонії між відповідальністю керівництва, персоналом та матеріальними ресурсами і структурою системи якості.

Надана споживачем оцінка послуги — це остаточна міра її якості. Реакція споживача може бути негайною, може з'явитися за певний час або

заднім числом. Часто, оцінюючи надану послугу, споживач виходить лише з власної суб'єктивної думки. Споживачі рідко із власної ініціативи повідомляють організацію, яка надає послуги, про свою оцінку наданої їм послуги. У разі свого незадоволення послугами споживачі швидше за все припинять користуватися ними чи купувати їх, не повідомляючи про це організацію, яка надає послуги, тобто не надаючи їй змоги виконати відповідні коригувальні дії. Враження про задоволеність споживача, сформоване на підставі відсутності претензій, може призвести до помилкових висновків.

Організація, яка надає послуги, має провадити практику постійного оцінювання і визначення ступеня задоволеності потреб споживача. Ступінь задоволеності має відповідати професійним та етичним нормам організації, яка надає послуги. При такому оцінюванні виявляються як позитивні, так і негативні відгуки та їхній ймовірний вплив на майбутню діяльність організації.

Оцінюючи ступінь задоволеності споживача, основну увагу слід приділити тому, наскільки короткий опис послуги, технічні умови на неї і на її надання, а також процес надання послуги відповідає потребам споживача. Організація, яка надає послуги, часто вважає, що послуга, яка нею надається, є належного рівня, проте споживач може з цим не погоджуватись, визначаючи неадекватність технічних умов, процесів чи критеріїв.

Оцінку наданої послуги, яку дає споживач, слід порівнювати з уявленням та оцінкою самого постачальника з метою визначення того, чи збігаються ці два критерії якості і чи є необхідність ужиття заходів щодо підвищення якості.

Для визначення ступеня дотримання технічних умов на послугу і задоволення потреб споживача має реєструватися статус робіт, які виконуються на кожному етапі процесу надання послуги.

Виявлення випадків невідповідності послуг поставленим до них вимогам та інформування про це є завданням і обов'язком кожного працівника організації, яка надає послуги. Слід робити все можливе для виявлення потенційних невідповідностей послуги до того, як вони проявляються у споживача.

У системі якості мають бути передбачені обов'язки і відповідальність за виконання коригувальних дій.

При виявленні невідповідності, її слід зареєструвати, проаналізувати і усунути. Коригувальні дії часто виконують у два етапи, перший з яких полягає в негайних заходах щодо задоволення потреб споживача, а другий — в оцінюванні основної причини невідповідності та плануванні будь-яких необхідних довготермінових коригувальних дій, що дозволяють запобігати повторному прояву виявленого недоліку.

Довготермінові коригувальні дії мають бути пропорційними величині та впливу виявленого недоліку. Під час проведення коригувальних дій слід контролювати їхню ефективність.

Необхідно впроваджувати методики контролю та супроводу системи вимірювання параметрів послуги. До засобів управління належать: відповідна кваліфікація персоналу, методики вимірювання параметрів і будь-які аналітичні моделі програмного забезпечення, що застосовується для проведення вимірювань та випробувань. Уся діяльність стосовно проведення вимірювань і випробувань, зокрема проведення опитувань і анкетування споживачів, мають пройти випробування на дієвість та надійність. Застосування, калібрування і утримання всього вимірювального і випробувального обладнання, що використовується для виконання послуг чи оцінювання їхньої якості мають перебувати під контролем, що забезпечувало б упевненість у рішеннях, котрі приймаються, чи в діях, які вживаються на підставі знятих показників. Похибку вимірювань слід зіставити із закладеною відповідно до вимог, і при виявленні відхилень від вимоги до точності чи допусків слід уживати необхідні заходи.

Необхідно практикувати постійне оцінювання функціонування процесів виконання послуг, що дає змогу виявляти резерви поліпшення якості послуг і активно їх реалізовувати. Для проведення такого оцінювання керівництву слід створити і підтримувати в робочому стані інформаційну систему зі збирання і поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво має призначити

відповідальних за ведення інформаційної системи і за поліпшення якості послуг.

Дані про показники виконання послуги отримують на підставі:

- оцінки з боку постачальника (з урахуванням управління якістю);
- оцінки з боку споживача (з урахуванням реакції споживача, його претензій та інформації зворотного зв'язку, яка ним вимагається);
- перевірок якості.

Аналіз цих даних дасть можливість визначити ступінь виконання вимог до послуг і виявити резерви поліпшення якості послуги, а також результативності та ефективності її надання.

Для досягнення результативності й ефективності збирання та аналіз даних слід проводити цілеспрямовано, упорядковано і за планом, не допускаючи безладдя.

Основна мета аналізу даних має полягати у виявленні причин систематичних помилок та їх попередження. Причина, що лежить в основі помилки, не завжди очевидна, проте слід намагатися виявити її. Це стосується і причин помилок, які приписуються виконавцями і рідко виникають довільно, а, як правило, викликаються конкретними причинами. Дуже часто помилки, які приписуються на рахунок персоналу чи споживачів, насправді пояснюються недоліками функціонування послуги, зумовлені складністю операції чи неадекватності методик, робочих умов, підготовки персоналу, інструкцій чи ресурсів.

Для більшості аспектів збирання і використання даних можна використовувати статистичні методи незалежно від того, чи то мається на увазі досягнення глибшого розуміння потреб споживачів — для управління процесом, вивчення можливостей, прогнозування чи вимірювання якості для полегшення прийняття рішень.

Обов'язково має бути програма постійного поліпшення якості послуг, а також ефективності і результативності всього циклу виконання послуги, включаючи заходи з визначення:

- характеристики, поліпшення якої є найбільш вигідним з погляду як споживача, так і організації, яка надає послуги;
- будь-яких змін у потребах ринку, що можуть вимагати зміни класу послуг, які надаються;
- будь-яких відхилень від установлених параметрів якості послуги внаслідок неефективності чи недостатності закладених у систему якості засобів контролю;
- резервів зниження витрат при збереженні та поліпшенні якості послуг, що надаються.

Діяльність щодо поліпшення рівня якості має бути направлена на досягнення як термінових, так і перспективних завдань поліпшення якості, і має включати:

- визначення того, які дані підлягають збиранню;
- аналіз даних і надання першочергової уваги видам діяльності, які чинять найбільш негативно впливають на якість послуг;
- передачу результатів аналізу за допомогою зворотного зв'язку оперативному керівництву з рекомендаціями щодо невідкладного поліпшення якості;
- періодичне інформування вищого керівництва для аналізу рекомендацій щодо перспектив поліпшення якості.

Співробітники різних підрозділів організації, яка надає послуги, що працюють разом, здатні висувати плідні ідеї щодо поліпшення якості та зниження витрат. Керівництву слід заохочувати персонал усіх ланок робити свій внесок у програми поліпшення якості, відзначаючи їхні зусилля і участь.

2.4 Модель цінності послуг

Підприємства сфери послуг можуть ефективно існувати й функціонувати тільки за умови постійного створення цінності для покупців, службовців, акціонерів, постачальників і суспільства в цілому.

Підприємство, що надає послуги, які мають таку ж або більшу цінність, як і послуги конкурентів, буде конкурентоспроможним. Чому створення цінності для підприємства сфери послуг є настільки важливим? Клієнт, який отримав якісне обслуговування, що відповідає його вимогам, залишиться клієнтом фірми на довгий час і буде робити повторні купівлі протягом багатьох років. Отже, цей клієнт буде робити безкоштовну рекламу, передаючи інформацію з вуст у вуста. Аналогічно, для підвищення своєї конкурентоспроможності підприємство має також представляти цінність і для всіх інших контактних аудиторій. Цінність - це здатність послуги задовольняти потреби або забезпечувати вигоди покупця. Цінність є суб'єктивною величиною, її існування залежить від індивідуального сприйняття й специфічних потреб покупця або інших контактних аудиторій, пов'язаних з процесом надання послуг. У тому випадку, якщо в покупця немає в чомусь потреби, то поліпшення компонентів, пов'язаних з якістю послуги, не зробить цю послугу потрібною. Наприклад, дитячий центр по сусідству може бути дуже цінною послугою для сімей, у яких є маленькі діти, проте він не матиме ніякої цінності для одиноких людей або для подружніх пар, у яких діти вже виросли. Модель цінності послуги дозволяє виділити основні фактори, що визначають цінність послуги, простежити їх взаємозв'язок, а також визначити основні проблеми, з якими стикаються підприємства, що належать до сфери послуг, при розробці концепції надання послуги. Модель цінності послуги та основні її елементи представлені на рис. 2.4.

Розглянемо докладніше складові моделі цінності послуги. Якість, що сприймається. Якість у сфері послуг може бути визначена як «задоволення покупця», тобто це лише якість, що сприймається з точки зору конкретного покупця, оскільки саме покупець є остаточним суддею якості послуги.



Рис. 2.4. Модель цінності послуги

Оцінка якості здійснюється на підставі критеріїв, які сприймає споживач. Очікування споживачів при оцінці якості послуги повинні бути задоволені. Сприйняття того, що отримав споживач послуги, має відповідати його очікуванням чи перевищувати їх. Лише тільки тоді буде створена цінність. Чим вище якість, що сприймається, тим вища цінність послуги.

Внутрішні властиві ознаки послуги - це вигоди, які надаються покупцю. Вони можуть розглядатись у двох напрямках: основна та додаткові послуги.

При цьому основна послуга є мінімальною вигодою, яку має отримати клієнт при зверненні на підприємство сфери послуг. Внутрішні ознаки також виражаються в тому, як, яким чином здійснюється надання послуги, тобто. враховується використана технологія надання послуг, рівень кваліфікації виконання, якість обслуговування.

Основна увага при цьому, як було вже зазначено, надається основним послугам, але додаткові можуть підвищити цінність основної послуги в очах споживача. Наприклад, при перевезенні пасажирів на повітряному транспорті основною послугою є транспортування з одного місця призначення в інше, а

додаткові послуги в цьому випадку будуть містити надання їжі, напоїв, газет, кінофільмів, подушок, ковдр і пов'язаної з польотом інформації від представників авіакомпанії.

Зовнішні ознаки послуги пов'язані з самою послугою, але існують поза основною послугою. Вони полягають в основному в психологічних вигодах, пов'язаних із зовнішніми ознаками послуги. Сприйняття особи, що користується послугою в даній компанії, в очах оточуючих представляє вираз цінності послуги для клієнта. Наприклад, репутація університету «як самого кращого» в певному напрямку забезпечує зовнішню цінність при вступі до даного вузу.

Витрати на послугу можуть формувати цінність як для керівництва підприємства сфери послуг, так і для покупця послуги. У деяких випадках для споживача послуги вирішальним критерієм при виборі підприємства, що надає послуги, є витрати, які підприємство несе в результаті надання послуги. Значні вкладення грошових коштів у підвищення рівня якості послуг можуть вигідно підкреслити переваги даної послуги порівняно з конкурентами в очах споживача.

Ціна у вартісному вираженні є сума витрат, які несе покупець при отриманні послуги. Дана ціна містить ціну, що нараховується сервісною організацією, а також інші витрати, які повинен понести покупець для отримання доступу до послуги. Ціна у вартісному вираженні є іноді найбільш важливим фактором при прийнятті рішення щодо купівлі послуги.

Негрошова ціна - це будь-яка інша негрошове жертва, на яку йде клієнт для доступу та отримання послуги. Негрошове пожертвування містить час, витрачений на пошук потрібної організації, незручний для клієнта доступ до підприємства сфери послуг, час, витрачений на очікування й виконання послуги, упущені вигоди, пов'язані з отриманням саме цієї послуги, відчуття дискомфорту, стрес при отриманні послуги. Наприклад, страх і біль при відвідуванні стоматолога.

Час відіграє важливу роль у створенні цінності послуги. При цьому він може розглядатися з трьох точок зору:

1. Час необхідно для того, щоб отримати послугу. Деякі послуги вимагають мінімального часу на надання. У таких випадках прийнято вважати, що час на придбання є несуттєвим. Але безліч послуг вимагає значної витрати часу. Зазвичай прийнято вважати, що чим менше часу витрачено на придбання послуги, тим вище цінність послуги для споживача. Дійсно, скорочення часу придбання послуги може стати суттєвим при виборі сервісної організації. Наприклад, скорочення часу транспортування. Введення експреса Харків - Київ дозволило істотно скоротити час подорожі, але збільшило вартість проїзду. Очевидно, для певних пасажирів скорочення часу переїзду є більш цінним, ніж додаткова платня цієї зручності. Але для деяких послуг час, протягом якого здійснюється обслуговування споживача, підвищує цінність послуги, тому що свідчить про більш високу якість надання послуги.

2. Послуга, що заощаджує час. Це одна з основних характеристик призначення послуг. Наприклад, вивільнення часу при веденні домашнього господарства є особливо цінним для працюючих жінок.

3. Часовий горизонт, всередині якого послуга надає вигоди. Вигоди, що надаються послугами, створюють цінність для покупця на різних відрізках часу, а саме:

- цінність зараз і на короткий відрізок часу (наприклад, стрижка волосся, проживання в готелі, туристична поїздка);

- цінність на даний час і на невизначений відрізок часу (наприклад, телевізійне мовлення, міліція, щеплення від різних захворювань, доставка пошти);

- цінність у майбутньому на обмежений період часу (наприклад, будівництво школи буде цінним для батьків дітей до тих пір, поки вони не виростуть і не закінчать школу);

- цінність в майбутньому на необмежений період часу (наприклад, отримання вищої освіти, послуга стоматолога з виправлення зубів у підлітка).

Модель цінності послуги є базою для вироблення стратегії створення цінності для покупців через дизайн, розробку та систему доставки послуги. Але перш ніж говорити про особливості розробки стратегії у сфері послуг, необхідно відзначити, що залежно від того, наскільки клієнт, купуючи послугу, відчуває себе захищеним, у стані комфорту, залежить його готовність купувати цю послугу знову і знову.

Питання для самоперевірки

1. Надайте характеристику етапам життєвого циклу послуги
2. Дайте визначення “якості послуги”.
3. Що таке “якість обслуговування”?
4. Дайте визначення “якості виконання послуги”.
5. Наведіть аспекти, які є пріоритетними при визначенні якості послуг.
6. Які показники характеризують якість послуги? Надайте характеристику.
7. Які методи визначення показників якості послуг Вам відомі? Надайте характеристику.
8. Що таке “контроль якості послуги”?
9. Назвіть і охарактеризуйте критерії, за якими споживачі оцінюють якість послуги.
10. Хто і чому зацікавлений в оцінці якості послуг?
11. Яким умовам повинна відповідати якість послуги?
12. Визначити особливості надання послуг, якщо воно відбувається в конкурентному середовищі.

13. Визначити особливості надання послуг, якщо виконавець послуги займає монопольне становище на ринку послуг.
14. Наведіть ключові аспекти системи менеджменту якості
15. Модель цінності послуги. Охарактеризуйте її складові “якість, що сприймається” і “внутрішні властиві ознаки послуги”.
16. Модель цінності послуги. Охарактеризуйте її складові “зовнішні ознаки” і “витрати на послугу”.
17. Модель цінності послуги. Охарактеризуйте її складові “негрошова ціна”, “час”, “ціна у вартісному виразі”.

ТЕМА 3. КЛАСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ

План

- 3.1 Характеристика класичних підходів до класифікації послуг.
- 3.2 Класифікація послуг як об'єкта товарознавства в ринкових умовах
- 3.3 Систематизація послуг

3.1 Характеристика класичних підходів до класифікації послуг

Класифікація послуг - це процес розподілу видів та різновидів послуг на окремі класи і категорії. Класифікація необхідна для того, щоб:

- визначити найважливіші характеристики послуг, які відрізняють їх одну від одної і тому заслуговують спеціалізації;
- розглянути, якою мірою ці виділені характеристики властиві іншим класам;
- поліпшити розуміння послуги як економічної категорії.

Кожний вид послуг можна розглядати окремо як специфічну сферу діяльності з лише їй властивими особливостями, а всю сферу послуг можна представити як сукупність цих видів діяльності. Традиційно у світовій практиці до основного переліку послуг входять: транспорт, страхування, банківські та інші фінансові операції, будівництво та інжиніринг, зв'язок, інформаційно-обчислювальні послуги, операції з найму робочої сили, прокат фільмів і телепрограм, рекламу, бухгалтерську справу, освіту, консультування з питань управління, юридичні, технічні та інші професійні послуги.

В Україні склалося дещо інше визначення галузей сфери послуг: частину з перелічених послуг завжди включали до матеріального виробництва, іншу більшу частину послуг зараховували до нематеріального виробництва, а деякі види послуг донедавна практично були відсутні на українському ринку або офіційно не визнавалися (операції з нерухомістю, валютою, репетиторство та ін.).

Так, транспорт, зв'язок, будівництво в нашій економіці завжди зараховували до матеріального виробництва. До сфери послуг (невиробничої

сфери) уналежнювали: житлове і комунальне господарство; побутове обслуговування населення; охорону здоров'я і соціальне забезпечення; фізкультуру і спорт; освіту; науку і наукове обслуговування; культуру і мистецтво; кредитування; страхування; державне управління і оборону; некомерційні організації з обслуговування домашніх господарств.

Згідно з чинною методологією обліку (методологією балансу народного господарства) ці галузі сфери послуг розглядаються як невиробничі й результати їх діяльності не враховувалися в сукупному суспільному продукті і національному доході країни. Переважна кількість галузей сфери послуг фінансувалося з державного бюджету, причому виділення коштів відбувалося, як правило, за залишковою ознакою.

Швидкий розвиток сфери послуг в Україні почався в 90-ті роки ХХ ст. Перехід економіки країни до ринкових методів господарювання спричинив появу нових видів послуг, що посилює конкуренцію між сервісними підприємствами. Сфера послуг стала привабливою для підприємців, оскільки деякі галузі практично не вимагають великого стартового капіталу (наприклад, консультаційні послуги), інші у зв'язку з їх нерозвиненістю дозволяють отримувати засновникам надприбуток (фінансові послуги). У зв'язку зі швидким розвитком та збільшенням питомої ваги послуг в економіці загострилася проблема статистичної оцінки діяльності в даній сфері. Зараз ми поступово переходимо на міжнародну методологію обліку і статистики, тому проблема статистичної оцінки сфери послуг актуальна нині для України.

У світі спостерігається тенденція до виділення певних класів послуг, які відрізняються один від одного, а послуги всередині цих класів мають ідентичні проблеми і можливості. Але для такого виділення необхідно скласти список відмітних характеристик, які допоможуть у визначенні класів і розділенні послуг за цими класами. Класифікація послуг і вдосконалення їх обліку - важлива проблема у всіх країнах світу.

Очевидно, що можуть бути різні підходи до класифікації послуг. Загальний підхід до класифікації послуг запропонував Лавлок - один із

вчених, що стояв у витоків маркетингу послуг, визнаний у всьому світі спеціаліст із питань управління у сфері послуг Головне в його класифікації - на кого (на що) направлені послуги, чи є вони відчутними, чи ні (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Основа класифікації послуг

Основні класи послуг	Сфери послуг
1. Відчутні дії, спрямовані на тіло людини	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе
2. Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги
3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини	Освіта, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї
4. Невідчутні дії з невідчутними активами	Банки, юридичні й консультаційні послуги

Наведена класифікація є основною класифікацією послуг у сфері так званого нематеріального виробництва. Звичайно, її можна доповнювати і розвивати. Скажімо, послуги можна класифікувати за ступенем контакту зі споживачем, за ступенем регулювання законодавчими і нормативними актами, за трудомісткістю, за сегментами споживачів та за іншими характеристиками.

Інший підхід до класифікації послуг був запропонований Стентоном і Джаддом, відомими фахівцями в галузі маркетингу послуг, які диференціюють послуги, що надаються, на комерційній основі, на 10 груп. Відповідно до класифікації можуть бути виділені такі основні види послуг (табл. 3.2):

Чейз пропонує класифікувати послуги за ступенем потрібного контакту (високий - низький) сервісної організації з клієнтами, а Томас - залежно від того, чи базується надання послуги на праці людини або на використанні устаткування в процесі надання послуг. Залежно від визначеної ознаки можуть бути виділені дві, найбільш загальні, групи послуг:

- базуються на використанні людської праці (people based services);
- базуються на використанні техніки (equipment based services).

Таблиця 3.2

Класифікація послуг Стентона і Джадда

№ класу	Найменування виду послуг
1	Послуги з надання житла
2	Обслуговування сімей (ремонт житла, догляд за ландшафтом, прибирання житлових приміщень тощо)
3	Відпочинок та розваги
4	Індивідуальне санітарно-гігієнічне обслуговування (прання, сухе чищення, косметичні послуги тощо)
5	Медичне обслуговування та інші види послуг охорони здоров'я
6	Приватна освіта
7	Послуги у сфері бізнесу та інші професійні послуги (правові, бухгалтерські, консультаційні тощо)
8	Страхові та фінансові послуги
9	Транспортні послуги
10	Послуги у сфері комунікацій

У свою чергу перша група послуг містить:

- послуги, що виконуються некваліфікованими працівниками (unskilled labour);
- послуги, що виконуються кваліфікованими працівниками (skilled labour);
- послуги професійних працівників (professionals).

Друга група послуг поділяється на:

- автоматизовані (automated);
- виконуються за допомогою щодо некваліфікованих операторів (monitored by relatively unskilled operators);
- виконуються за допомогою кваліфікованих операторів (operated by skilled operators).

Класифікація послуг Світової асоціації містить такі напрямки: ділові; зв'язок; будівництво та інжиніринг; розподіл; освіта; фінансові; охорона здоров'я та соціальні; туризм та подорожі; відпочинок, культура, спорт; транспортні; екологія; інші.

Одна із найпоширеніших градацій послуг – розподіл їх по відчутності від абсолютно невідчутних (навчання) до відчутних (ресторанні послуги). Нерідко зустрічається поділ послуг на типи за ступенем переважання товарів або послуг. К. Гренроос, дослідник у сфері маркетингу послуг, ділить послуги на ті, реалізація яких залежить від персоналу і ті, виконання яких залежить від технологій, роблячи при цьому обмовку, що при наданні послуги задіюються обидва ресурси, проте їх співвідношення різне і, як правило, один із ресурсів домінує.

У 1980 році Ф. Котлер синтезує роботи попередників, виділяючи при цьому відмінності в цілях діяльності сервісних організацій, розглядаючи зміст сервісного компонента в продуктивній пропозиції як диференціюючої ознаки, а в 1998 році запропонував ідентифікувати чотири групи продуктів (рис. 3.3).

1. Чистий відчутний товар. У цьому випадку відчутним товаром є, наприклад, мило, зубна паста або сіль. Продукт не передбачає надання будь-яких послуг.

2. Відчутний товар із наданням супутніх послуг. У цьому випадку пропозиція складається з відчутного товару та однієї або двох супутніх послуг, щоб зробити його ще більш привабливим в очах покупця. Наприклад, компанія, що виробляє холодильники, продає їх з гарантійними зобов'язаннями по ремонту тощо.

Так, наприклад, «Дженерал Моторз» є, скоріше, сервісно-інтенсивною компанією, невиробничо-інтенсивною. Якби вона не надавала послуг, то обсяг її продажів відразу б знизився.

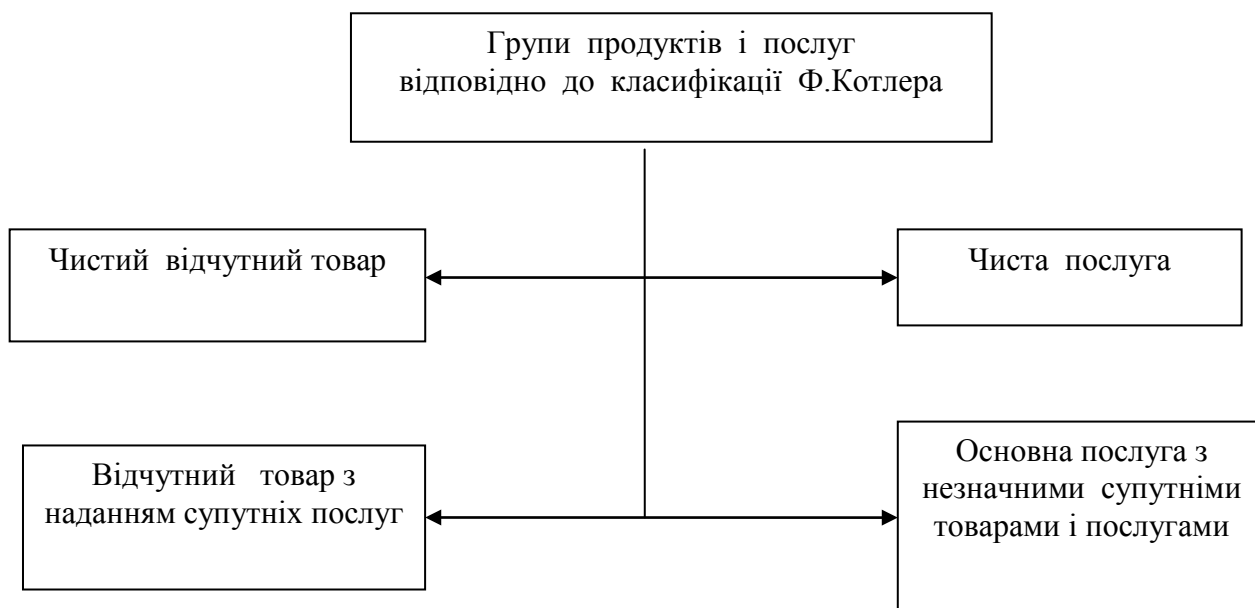


Рис. 3.3. Класифікація груп продуктів і послуг по Ф. Котлеру

3. Основні послуга з незначними супутніми товарами та послугами. У цьому випадку основну частину пропозиції складає послуга з деякими додатковими послугами та/або підтримують товарами. Наприклад, авіапасажири набувають право на послуги з перевезення. Вони прибувають на місце призначення, не маючи на руках нічого відчутного, що б свідчило про їх витрати. Проте, при перевезенні пасажирів на борту літака пропонують харчування й напої, корінець квитка та журнали.. Нарешті, для здійснення послуг з перевезення необхідна наявність такого капіталомісткого товару, як літак, але основну частину пропозиції становить послуга.

4. Чиста послуга. У цьому випадку пропозиція складається, в першу чергу, з послуги. Прикладом чистої послуги можуть бути психотерапія та масаж, освіта, косметичні послуги. Так, психоаналітик надає чисту послугу, де єдиним відчутним товаром є його кабінет, де він обслуговує.

Котлер Ф. підкреслює, що послуги різняться також залежно від того, чи спрямовані вони на задоволення персональних потреб - персональні послуги або потреби підприємства. Так, лікар може брати різну плату за медичний огляд залежно від того, чи є його пацієнтом приватна особа або службовець

компанії, що має договір на медичне обслуговування. Вартість тренінгів, які можуть пропонуватися окремим фізичним особам, буде іншою, ніж тренінгів, які проводяться при корпоративному навчанні. Виробники послуг зазвичай розробляють різні програми маркетингу для ринку особистих послуг і ринку послуг підприємствам.

Крім того, виробники послуг можуть відрізнятися за своїми цілями, які можуть бути орієнтовані на:

- отримання прибутку;
- некомерційну (неприбуткову) діяльність.

Також підприємства, що надають послуги, можуть бути класифіковані за характером власності - приватної чи громадської.

Якщо розглянути дві останні класифікації, то їхня комбінація дасть чотири різних типи сервісних організацій. Так, очевидно, що діяльність і програма маркетингу лікарні з приватним капіталом будуть серйозно відрізнятися від діяльності аналогічного установи, створеного благодійним фондом або державою.

Найповніша класифікація послуг представлена в підручнику під редакцією В. В. Апогтія, у працях В. Е. Гордіна і М. Д. Сущинської. Узагальнюючи їх дослідження, послуги можна класифікувати за такими найпоширенішими критеріями:

1) специфіка поняття "послуга":

- товар як об'єкт комерційної діяльності (платні послуги);
- дія, спрямована на те, щоб принести користь споживачу (безоплатні послуги);

2) склад послуги:

- прості (одиничні) послуги, цінність яких формується в результаті однорідного виду діяльності (транспортні, освітні, ветеринарні послуги);
- складні послуги, що складаються із комплексу одиничних послуг, утворюючи додаткову цінність для споживача (туристичні послуги включають транспортні, готельні, екскурсійні, послуги громадського харчування тощо);

3) місце послуги у суспільному виробництві:

- послуги, скеровані на виробниче споживання (транспортне перевезення вантажів, інжиніринг та ін.);

- послуги, скеровані на особисте споживання (туризм, готельний сервіс);

4) роль у суспільстві та в інфраструктурі економіки:

- послуги, які задовольняють споживчі потреби населення (побутові послуги, послуги охорони здоров'я та ін.);

- послуги, які мають інфраструктурний характер (фінансові, торгово-посередницькі послуги, франчайзинг та ін.);

5) масовість клієнтури:

- індивідуальні послуги (індивідуальне пошиття взуття, одягу та ін.);

- групові (послуги надаються одночасно певній групі споживачів, поєднаних випадковим чином - інформаційно-консультативні послуги);

- масові послуги (послуги громадського харчування, зв'язку та ін.);

6) матеріаломісткість послуг:

- матеріальні послуги, які здебільшого мають речовинний характер (інженерно-технічні, житлово-комунальні та ін.);

- нематеріальні послуги, які характеризуються виконанням інтелектуальних дій (інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти);

7) характер витрат праці:

- послуги, що потребують праці висококваліфікованих фахівців (експертні послуги, послуги науки та ін.);

- послуги, що не потребують праці висококваліфікованих фахівців (послуги пралень, хімчистка, фарбування та ін.);

8) комплексність надання послуг:

- основні, тобто конкретні види послуг (стоматологічні послуги, продаж білетів та ін.);

- супутні, які доповнюють набір основних послуг (доставка товарів за вказаною адресою покупця в процесі роздрібного продажу тощо);

- допоміжні, які сприяють сервісному виконанню основної і супутньої послуги (дегустація продовольчих товарів у магазині та ін.);

- комплексні - набір групи послуг (торговельні, побутові послуги);

9) зв'язок із процесом виробництва:

- послуги, які є продовженням процесу виробництва (ремонт і будівництво житла, ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів);

- послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції (транспортно-експедиційні, торговельні, страхові послуги та ін.);

- послуги, не пов'язані а процесом виробництва (послуги у сфері культури, санаторно-курортні послуги та ін.);

10) призначення послуг:

- виробничі послуги (лізинг, інжиніринг, технічне обслуговування обладнання і устаткування та ін.);

- розподільчі послуги (торговельні, транспортні, послуги зв'язку ін.);

- професійні послуги (банківські, фінансові, страхові послуги, консалтинг;

- споживчі або масові послуги (послуги, пов'язані з домашнім господарством, дозвіллям, та ін.);

- суспільні послуги (телебачення, радіо, освіта, культура та ін.);

11) соціальний статус клієнтури:

- послуги, адресовані малозахищеним верствам населення (послуги дошкільного виховання, прокатних пунктів та ін.);

- послуги, скеровані на працююче населення (побутові, соціально-культурні та ін.);

- елітні види послуг (послуги грального бізнесу, екзотичний і розважальний міжнародний туризм та ін.);

12) вид обслуговування:

- повне обслуговування виробником послуг; можуть надаватися як на умовах стаціонару, так і у вигляді "виїзних" послуг (медичне обслуговування);

- часткове самообслуговування; виробник надає засоби для самообслуговування, але як правило, надає ще й інформаційно-консультативні послуги (бібліотеки, освітні послуги);

- повне самообслуговування; виробник надає споживачу засоби для самостійного задоволення власних потреб (автомобільні заправки, мийки, банкомати, автомати поповнення мобільних рахунків);

13) ступінь добровільності:

- добровільні послуги - ті, що купуються на конкурентному ринку;

- мериторні послуги - ті, що є корисними, але неусвідомлені споживачем, тому надаються державними структурами і є безкоштовними для кінцевого споживача (обов'язкова вакцинація дітей, середня освіта, соціальна реклама);

- нав'язані послуги - це послуги, що регламентуються нормами права, вказівками посадових осіб, традиційними соціальними інститутами (ліцензування господарської діяльності, нотаріальні послуги, обов'язкове страхування);

14) віддаленість виробника і споживача послуг:

- послуги, що припускають територіальне віддалення виробника і споживача, надаються за допомогою транспортних засобів (доставка їжі додому);

- послуги, що поєднують виробництво і споживання за місцем виробництва (послуги громадського харчування);

- послуги, що поєднують виробництво і споживання за місцем споживання (прибирання квартир, догляд за дітьми);

15) періодичність надання:

- послуги, що надаються один раз у житті (похоронні послуги, деякі медичні);

- послуги, що рідко надаються (вища освіта, пластична хірургія тощо);

- періодичні послуги (туристичні, оздоровчі та ін.);

- систематичні (флюорографічне обстеження, послуги стоматолога, гінеколога);

- регулярні (послуги пасажирського транспорту, торгівлі, громадського харчування);

- постійні послуги (водо-, електропостачання та ін.);

16) рівень комерціалізації послуг:

- платні послуги;

- безоплатні послуги.

Таким чином, класифікація послуг означає розподіл їх за певними класами, групами, категоріями, що породжує необхідність дослідження функціональних особливостей сфери обслуговування на основі систематизації послуг.

3.2 Класифікація послуг як об'єкта товарознавства в ринкових умовах

Як відомо, класифікацію послуг здійснюють за різними критеріями, одним із яких є:

а) специфіка поняття "послуга":

- товар як об'єкт комерційної діяльності (платні послуги);

- дія, спрямована на те, щоб принести користь споживачу (безоплатні послуги);

Визначимо сфери послуг особистого споживання:

- сфера платних послуг, яка формується і функціонує на засадах купівлі-продажу послуг як результату певної виробничо-господарської діяльності. Виробником послуг є суб'єкт будь-якої форми власності (приватної, державної, колективної), споживачем — населення;

- сфера безоплатних послуг, що формується і функціонує за рахунок державного бюджету, внаслідок чого безоплатність послуг має відносний характер, оскільки вони оплачуються суспільством.

Співвідношення між обсягами платних і безоплатних послуг населенню визначається законодавством країни і залежить від можливостей суспільства.

Ринок послуг класифікують за такими критеріями:

1) за видом послуг (ринок транспортних, будівельних послуг, ринок технологій, інформаційних, фінансово-кредитних, посередницько-торговельних послуг, страхових, ринок житлово-комунальних, ринок соціально-культурних, побутових послуг та ринок послуг зв'язку, ринок робочої сили);

2) у просторовому відношенні (локальний, національний, регіональний, світовий ринки послуг);

3) за механізмом функціонування (вільний, монополізований, державно-регульований і планово-регульований ринки послуг);

4) за рівнем насиченості (рівноважний за обсягом і структурою, дефіцитний, надлишковий ринки послуг).

Спробою класифікувати послуги на державному рівні було створення державного класифікатора продукції та послуг і державного класифікатора послуг зовнішньоекономічної діяльності. Але ці документи створені для вирішення лише певних державних задач: допомагають визначити ставки при державних закупівлях, митні збори при зовнішньоекономічній діяльності та використовувати у статистичному аналізі економічних показників послуг.

На науковому рівні вченим Кіровим І. М. було запропоновано класифікацію послуг, придатну як для проведення маркетингових досліджень на ринку послуг, забезпечення якісного надання послуг суб'єктами господарювання, так і створення державою умов для конкуренції на ринку послуг та захисту прав споживачів. Сутність даного підходу до класифікації в такому. Як відомо, класифікація (лат. *classis* — розряд і *facere* — робити) послуг - процес розподілу видів, різновидів послуг на відокремлені класи і категорії із метою пізнання, аналізу, узагальнення відмінних ознак кожного виду послуг”. Саме, виходячи з такого визначення, в основному, наводилися різні підходи до класифікації.

Таке визначення класифікації послуг потребує уточнення, тому що не відповідає ідеології активного втручання товарознавства у вирішення проблем ринку послуг, у першу чергу, державного управління послугами.

При створенні класифікації послуг потрібно враховувати, що управління послугами повинно забезпечувати:

- 1) спектр послуг, який відповідає балансу попиту на послуги і їх пропозиції, якісне регулювання, створення умов для конкуренції на ринку послуг;
- 2) якісне надання послуг суб'єктами господарювання;
- 3) захист фундаментальних прав споживачів послуг, закріплених Декларацією ООН та гарантованих Конституцією України;
- 4) прибутковість сфери послуг.

Класифікація послуг, відповідно до конкретно визначеної мети (1-4), спрямована на впорядкування існуючої системи різноманітних послуг, визначення об'єктів стандартизації у сфері послуг з урахуванням їх взаємозв'язків і встановлення структури та складу нормативних документів, які повинні бути розроблені для взаємопов'язаної регламентації вимог. Нормативні документи мають бути узгоджені як за об'єктами регламентації, так і за конкретними вимогами до аналогічних об'єктів стандартизації для всіх категорій та видів нормативних документів зі стандартизації у сфері послуг.

Сучасний ринок послуг є складним, полісистемним утворенням. Проаналізуємо його структуру, тобто складові елементи, їх взаємодію, визначимо загальні риси та чим вони відрізняються. Це дасть можливість визначити спільні вимоги до стандартизації послуг відповідних рівнів.

Сформулюємо вихідні дані для створення класифікації:

1. Методологія класифікації (підхід до створення класифікації).

Згідно з запропонованою методологією класифікації, стандарти на послуги більш низького рівня обов'язково повинні відповідати вимогам, які встановлені для стандартів більш високого рівня. Умовно всі послуги утворюють сферу послуг, яка, в свою чергу, поділяється на сегменти, сегменти - на групи, далі - підгрупи, види, різновиди, складні й прості послуги.

2. До сфери послуг належать економічні блага, які відповідають визначенню "послуга". Послуга - це нематеріальна продукція, виробничий

процес або дія, в яких споживання корисного ефекту обов'язково починається одночасно з його виробництвом.

3. Складові послуги:

- безпосередньо надання послуги;
- торговельна діяльність та обслуговування споживача до, під час та після надання послуги.

4. Результат надання послуги може мати або не мати матеріальної форми. Результатом надання послуги є вигода або задоволення споживача:

1) які після отримання послуги не мають матеріального підтвердження та право власності на її результат не виникає (житлово-комунальні послуги, послуги культури, освіти, медицини, державні, транспортні послуги).

2) які мають матеріальне підтвердження, результатом послуги є матеріальна річ, на яку в споживача виникає право власності (послуги торгівлі, будівництво або виготовлення іншої матеріальної речі за індивідуальним замовленням);

3) які пов'язані з транспортуванням, збереженням або покращенням якості речі та право власності на яку до надання послуги вже належало споживачу (транспортування, збереження, ремонт речі).

Сферу послуг можна поділити на сегменти за критерієм “платність” на: платні та безоплатні послуги. Безоплатні послуги надаються такими неприбутковими організаціями як церкви, благодійні фонди тощо. Далі розглядаємо тільки платні послуги, які є товаром і, відповідно, об'єктом товарознавства.

Сегмент платних послуг поділяється на дві групи: послуги комерційні, які надаються з метою отримання прибутку суб'єктами підприємницької діяльності та державні послуги, які надаються неприбутковими по статусу державними організаціями за кошти платників податків, але, які останнім часом надають і комерційні послуги.

Державні послуги - будь-які платні послуги, обов'язковість отримання яких установлюється законодавством та які надаються фізичним чи

юридичним особам органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування й створеними ними установами та організаціями, що утримуються коштами відповідних бюджетів.

Державні послуги можна розглядати як дії державних органів стосовно реалізації функцій і завдань держави, визначених Конституцією України, іншими законодавчими актами.

Усі закони й нормативні документи, які розробляються для сегмента платних послуг чинні для всіх послуг більш низьких рівнів структури класифікації і мають ураховувати:

1) чотири специфічні властивості всіх без винятку послуг: невідчутність або нематеріальний характер послуг; нерозривний взаємозв'язок виробництва й споживання; нездатність до зберігання та мінливість надання послуги;

2) обов'язковість включення до стандарту на послугу відповідного рівня:

- стандарту безпосередньо на надання послуги;
- стандарту обслуговування при наданні послуги, який регламентує та оцінює кількісно результативність надання послуг за п'ятьма критеріями оцінювання якості: доступність, зручність, своєчасність, повага до особи, відкритість;

3) дію принципу „якість за гроші” та те, що вартість послуги є комплексною економічною категорією, яка включає:

- вартість виробничої діяльності;
- вартість обслуговування;
- вартість торговельної діяльності;

4) той факт, що результат надання послуги може мати або не мати матеріальної форми.

Разом із цим, потрібно чітко усвідомлювати, що на сучасному етапі в Україні недостатньо розроблені, а отже, потребують теоретичного осмислення та обґрунтування питання щодо методології визначення поняття платних послуг, їх нормативно-правового забезпечення, формування методик оцінювання якості тощо. І це належить до всього „древа” класифікації платних

послуг.

Групу державних послуг можна поділити на дві підгрупи:

- послуги, які надаються безпосередньо державними органами
- послуги, які надаються органами місцевого самоврядування.

Кожна з цих підгруп послуг має спільні властивості та відмінності, які необхідно враховувати при розробці стандартів. У той же час, кожен елемент класифікації повинен відповідати вимогам, які встановлюються для елементів структури класифікації більш високого рівня. Так, зокрема, стандарт якості підгрупи послуг, які надаються органами місцевого самоврядування повинен відповідати вимогам стандартів, які розроблені для групи державних послуг та сегменту платних послуг.

В обох підгрупах державні послуги об'єднують два види послуг: управлінська й адміністративна, які, у свою чергу поділяються на різновиди послуг, складні та прості. Якщо потрібна деталізація в класифікації послуг, можна її змінити або продовжити.

Управлінська послуга – безпосередня функціональна діяльність державного органу та надання послуг політичному керівництву стосовно вироблення й реалізації державної політики з регулювання певного сектора економіки чи соціального життя.

Адміністративна послуга – дія виконавчого механізму державного органу чи його апарату щодо забезпечення інтересів та свобод фізичних і юридичних осіб у контексті законодавчо визначених порядків реалізації своїх повноважень, що конкретизовані нормативно - правовими актами, зареєстрованими у законодавчо визначеному порядку.

До спільних властивостей груп державних послуг, які мають бути враховані у відповідному законі, стандарті, паспорті послуги, інших нормативних документах, віднесено:

- 1) орієнтація на обслуговування суспільства, запровадження “клієнтських” підходів;
- 2) розмежування політичних і адміністративних посад органів

державного управління;

3) посилення професійного статусу державної служби, її політичної нейтральності;

4) актуалізація проблеми відносин між політичним керівництвом і державною службою та уточнення професійного змісту цих відносин у термінах надання послуг.

Зазначені властивості стосуються групи державних послуг та елементів структури класифікації більш низького рівня.

Підгрупа послуг, які надаються безпосередньо державними органами має певні відмінності від підгрупи, що надають органи місцевого самоврядування. Так, зокрема, послуги, які надаються органами місцевого самоврядування повинні визначатися Законом України „Про місцеве самоврядування в Україні” та договором, який укладається кожен раз після виборів між виборчим органом (радою) та відповідною територіальною громадою по аналогії з колективним договором на виробництві (між адміністрацією та трудовим колективом). Послуги, які надаються безпосередньо державними органами мають свої специфічні особливості, які повинні бути визначені у відповідному стандарті.

Групу комерційних послуг можна поділити на три підгрупи:

1. Підгрупу супутніх послуг, що надаються при реалізації всіх видів товарів, крім товарів, які є послугами. Вона поділяється на види послуг: посередницькі, послуги торгівлі, збереження та консервації, транспортування товарів, їх гарантійного обслуговування та ін.

2. Підгрупу самостійних послуг, які не пов'язані з реалізацією іншого товару. Вона поділяється на види послуг: побутові, транспортні (перевезення пасажирів та вантажів, які не є товарами), зв'язку, торговельні, житлово-комунальні, громадського харчування; соціально-культурні послуги (охорони здоров'я, культури, мистецтва, туристично-екскурсійні, освіти, санаторно-курортні, фізичної культури та спорту) та ін.

3. Підгрупа універсальних послуг, які в залежності від обставин, можуть бути як супутніми так і самостійними. Вона поділяється на види послуг: науково-технічні, виробничі, фінансово-банківські, послуги страхування, інформаційні, консалтингові, консультаційні, юридичні послуги та ін.

При дослідженні будь-якого рівня класифікації комерційних послуг необхідно враховувати умови надання послуг. Основними з них є:

1) наявність конкуренції на відповідному ринку послуг. Віднесення послуг до:

- послуг, які знаходяться у конкурентному середовищі ринку (пропозиція перевищує попит);
- послуг, які надаються не монополістами, але знаходяться поза конкурентним середовищем ринку (попит перевищує пропозицію);
- послуг, які надаються природними та штучними монополістами ринкової інфраструктури;
- послуг, які надаються в умовах недосконалої конкуренції на ринку (порушення антимонопольного законодавства суб'єктами ринку та державними органами);

2) відношення послуг відповідного рівня до масових або до тих, які надаються індивідуально;

3) відношення послуг до першочергових, життєво необхідних або соціально значущих, при наданні яких здійснюється соціальний захист населення, надаються державні дотації і, а отже, витрачаються бюджетні кошти;

4) відношення послуг до таких, які мають податкові пільги або фінансуються за рахунок відповідних державних та місцевих бюджетів.

Умови надання послуг на кожному рівні класифікації повинні бути стандартизовані, послуги на нижчому рівні повинні враховувати вимоги до умов надання послуг вищого рівня класифікації. Зрозуміло, що методика залучення державних коштів у надання комерційних послуг повинна мати свої відмінності та визначатися не ручним управлінням, а відповідним нормативним документом. Залежно від стану економіки, ступеня конкуренції

на ринку послуг, активності та якості державного регулювання, активності та свідомості громадянського суспільства, склад послуг на рівнях класифікації послуг може змінюватися.

Дана класифікація розподіляє послуги за механізмами їх надання, зручністю створення державних галузевих стандартів та норм і правил надання послуг. Загалом така класифікація надає можливості для докладної стандартизації послуг, проведення маркетингових та інших досліджень послуг.

Проте вона лише певною мірою розкриває проблему перевірки якості надання послуг, можливості проведення їх експертизи та захисту прав споживача при наданні послуги неналежної якості. Наприклад, універсальні послуги (одна із груп за класифікацією) можуть надаватися як окремі види послуг та як послуги, що надаються при реалізації продукції. Тому створення єдиного механізму перевірки їхньої якості за наведеною класифікацією є проблематичним.

Подальші дослідження проблеми щодо класифікації послуг з метою захисту прав споживачів проводились ученими Траченко Л. А., Омаровим В. О. При визначенні якості послуг та захисті прав споживачів при їх наданні потрібно враховувати такі критерії:

- 1) наявність нормативної бази документів, які б регламентували якість надання послуги;
- 2) обов'язковість укладання договору на надання послуги;
- 3) можливість перевірки як факту надання послуги, так і якості чи результату процесу надання послуги;
- 4) можливість виникнення протиріч стосовно якості наданої послуги між виконавцем і споживачем;
- 5) можливість споживача впливати на якість надання послуги.

Обмеженням товарознавчої класифікації послуг, запропонованої Кіровим І. М. є те, що вона не відображає особливості становища виробників або надавачів послуг на ринку, тобто ступінь монополізації, форму власності

тощо. Але використання науково-методологічного принципу, застосованого при створенні такої класифікації дозволяє з'ясувати таке.

Зрозуміло, що для споживача послуг не мають великого значення формальні ознаки виробника/надавача послуги або отримувача коштів. Для споживача найбільш важлива фактична та якісна сторона отриманої послуги.

Таким чином, для створення класифікації послуг, з метою розробки механізмів захисту споживача та відповідних умов надання послуг, цей фактор має найважливіше значення. З визначенням спільних властивостей послуг, відповідних рівнів класифікації можна визначити єдині методологічні та методичні підходи щодо перевірки якості надання послуг. Це дозволяє створити класифікацію послуг з погляду ефективності захисту прав споживача, можливості, зручності й результативності перевірки якості наданих послуг.

Основним критерієм поділу сегмента платних послуг на групи є положення виробника послуги на ринку, яке й визначає можливості держави щодо регулювання ринку відповідних послуг та спроможність споживача захистити свої права у разі отримання неякісних послуг. За цією ознакою сегмент платних послуг поділяється на групу послуг, які надаються на монопольному ринку, де виробник є монополістом та на групу послуг, які надаються за умов конкурентного середовища на ринку.

За умов монополізації ринку виробник-монополіст може зловживати своїм положенням на ринку (маніпулювати змінами якісних, кількісних та вартісних показників послуги). З виникненням суперечок відносно якості наданої послуги споживач не має змоги вплинути на монополіста - виробника/виконавця послуги - він змушений захищати свої права через державні органи, не маючи процесуальних можливостей, технологічних та технічних засобів доказу порушення своїх прав. Тому необхідність створення уніфікованого механізму впливу на виробника-монополіста з питань якості надання послуги є актуальним.

За спільністю ознак виробників-монополістів групу можна розділити на підгрупу державних послуг, підгрупу житлово-комунальних послуг та інші

послуги монополістів. За сучасних умов в Україні виробники житлово-комунальних послуг та держава є природними монополістами, тому питання ступеня захисту споживача за даних умов потребує подальшого дослідження. Важливим аспектом щодо захисту прав споживачів при наданні такого виду послуг є наявність затверджених типових договорів, які містять суттєві умови. Зокрема, типовий договір щодо надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення визначено Постановою Кабінету Міністрів України від 21 липня 2005 р. № 630 “Про затвердження Правил надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення”. До суттєвих умов вищезазначеного договору належать:

- предмет договору, що містить: суб'єкти користування послугами; характеристику об'єкта надання послуг; характеристику засобів обліку води і теплової енергії;
- тарифи на послуги та їхня загальна вартість, що містить: окремо, тарифи на послуги з централізованого опалення, централізованого постачання холодної води та водовідведення;
- оплата спожитих послуг, що містить: розрахунковий період; форму плати; розмір пені за несвоєчасну плату; умови щодо перерахунку розміру плати;
- права та обов'язки сторін, що включають: права та обов'язки споживача; права та обов'язки виконавця; відповідальність сторін; порядок розв'язання спорів; форс-мажорні обставини; строк дії договору.

Вважається, що конкурентні засади функціонування ринку передбачають наявність позитивного зворотного зв'язку - для залучення більшої кількості споживачів виробники послуг самі будуть зацікавлені в постійному підвищенні якості послуг та в захисті прав споживача. Але з метою зменшення ймовірності надання небезпечно неякісних послуг, деякі їх види підлягають ліцензуванню. За цією ознакою група послуг, які надаються у конкурентному середовищі, поділяється на дві підгрупи: послуги на ринку з обмеженою

конкуренцією та послуги на ринку з вільною конкуренцією. На основі проведеного дослідження розроблено класифікацію послуг з погляду захисту прав споживачів (рис.3.4).

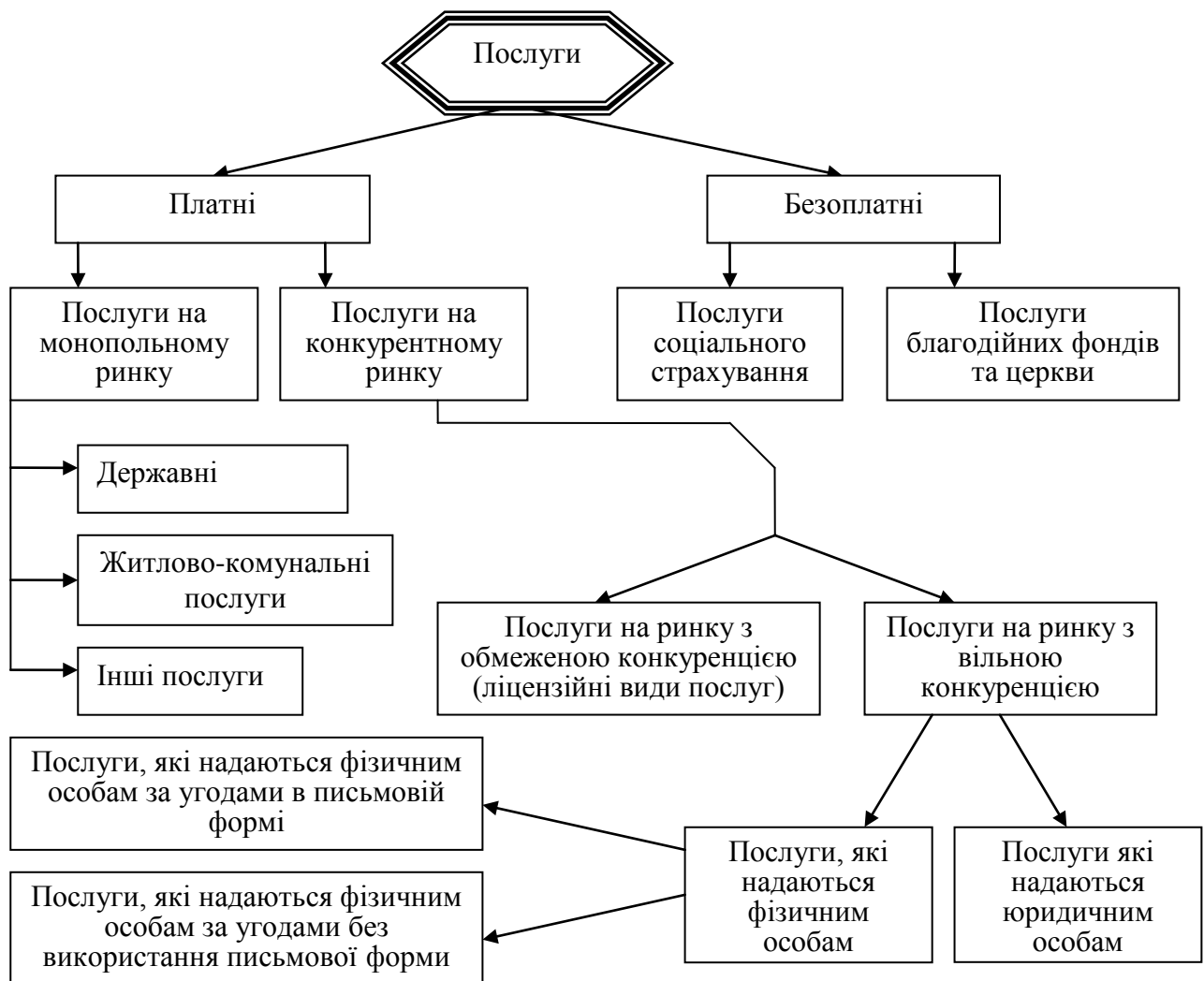


Рис.3.4. Класифікація послуг з погляду захисту прав споживачів

Послуги на ринку з вільною конкуренцією поділяються на послуги, що надаються фізичним особам та послуги, що надаються організаціям (юридичним особам). Основним критерієм цього поділу є наявність чи відсутність вимоги законодавства щодо укладення у письмовій формі угоди на надання послуги. Законодавство вимагає обов'язковості письмової угоди між юридичними особами та в деяких випадках - між фізичною та юридичною особами (Ст.206, 208 ЦК України, Ст.181 ГК України). Це значно спрощує розгляд скарг відповідними органами захисту прав споживачів, оскільки у

договорі повинні бути зазначені істотні умови надання послуги, які повинен виконати виконавець послуги.

Такий підхід забезпечить більш ефективний контроль щодо якості надання послуг суб'єктам господарювання та кінцевим споживачам. Дана розробка може стати основою щодо подальшого дослідження послуг на предмет визначення підходів щодо проведення експертизи.

3.3 Систематизація послуг

Систематизацію послуг найчастіше здійснюють залежно від їх специфічних особливостей та організації торгівлі ними в конкретній сфері споживання, виокремлюючи за певними критеріями відповідні групи (табл. 3.1). Кожна із груп має комплексний характер, охоплюючи певну сукупність конкретних послуг, загальна кількість яких у межах групи може становити від 3-4 до кількох десятків або сотень, утворювати складну багатоцільову систему, призначену задовольняти потреби населення. У свою чергу, види послуг поділяють на різновиди.

Таблиця 3.1

Систематизація послуг залежно від сфери споживання

Сфера споживання	Група послуг	Види послуг
Виробниче споживання	Інжиніринг	Послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу. Послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції.
	Транспортні послуги	Транспортно-експлуатаційні, транспортно-експедиційні послуги; транспортні зв'язки.
	Торговельно-посередницькі послуги	Страхові; компенсаційні; консигнаційні; торговельні; агентські; брокерські; комісійні; аукціонні.
	Ліцензійні послуги	Франчайзинг; патенти; ноу-хау; торговельні марки.
	Фінансові послуги	Кредитні і розрахункові; факторинг; лізинг.
	Консалтинг	Експертні; управлінські; облікові; аудиторські; маркетингові; екаунтинг; консультаційні; інформаційні.
	Побутові послуги	Ремонт взуття; індивідуальне пошиття взуття та швейних виробів; ремонт побутових машин і приладів; ремонт і

		технічне обслуговування транспортних засобів; хімічне чищення та фарбування; послуги пралень; ремонт і будівництво житла; послуги фотокінола-бораторій; послуги лазень і душів; послуги перукарень; послуги прокатних пунктів; перевезення вантажів для населення; ритуальні послуги
Особисте споживання	Соціально культурні послуги	Санаторно-курортні та оздоровчі послуги; послуги у сфері культури; туристично-екскурсійні послуги; послуги з фізичної культури і спорту; охорона здоров'я; послуги з утримання дітей у дошкільних закладах
	Житлово-комунальні послуги	Квартирні послуги; послуги газопостачання; послуги водопостачання; послуги тепло- забезпечення
	Послуги пасажирського транспорту	Послуги міського транспорту; послуги залізничного транспорту; послуги авіаційного транспорту; послуги морського і річкового транспорту
	Послуги зв'язку	Послуги телезв'язку; послуги радіозв'язку
	Торговельні послуги	Передпродажні, у процесі продажу та післяпродажні послуги; приймання замовлень на доставку великогабаритних товарів додому; приймання замовлень на встановлення технічно-складних товарів удома у покупців; надання допомоги при внутрішньо- магазинному транспортуванні велико-габаритних товарів; стоянка автотранспорту; незначна переробка побутової електро-освітлювальної апаратури; надання розстрочки платежу під час купівлі товарів; консультаційні послуги інженера з теле-, радіотехніки, побутових машин і приладів

Питання для самоперевірки

1. Дайте визначення класифікації послуг
2. Наведіть класичні підходи щодо класифікації послуг.
3. Що є результатом надання послуг?
4. Наведіть складові процесу надання послуги.
5. Визначити сфери послуг особистого споживання.
6. Назвіть критерії, за якими класифікують ринок послуг.
7. Назвіть аспекти, які необхідно враховувати при класифікації послуг
8. Визначити вихідні дані для створення класифікації.
9. За якою ознакою і на які сегменти ділять сферу послуг?

10. Визначити поняття Державні послуги, їх складові.
11. Визначити аспекти, що мають враховувати всі закони і нормативні документи, які розробляються для сегменту платних послуг.
12. На які підгрупи ділять групу державних послуг?
13. Визначити поняття Управлінська послуга
14. Визначити поняття Адміністративна послуга
15. Назвіть спільні властивості групи державних послуг, які повинні враховуватись в законах стандартах, паспортах послуги та інших нормативних документах.
16. На які підгрупи поділяють групу комерційних послуг?
17. Які основні аспекти обов'язково треба враховувати при дослідженні комерційних послуг?
18. Надайте характеристику систематизації послуг залежно від сфери споживання

ТЕМА 4. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ

План

- 4.1 Стандартизація як важлива складова системи технічного регулювання
- 4.2 Види стандартизації
- 4.3 Сертифікація послуг
- 4.4 Схеми сертифікації послуг та їх застосування

4.1 Стандартизація як важлива складова системи технічного регулювання

Система технічного регулювання як дієвий важіль управління економікою відіграє значну роль у виробленні конкурентоспроможної якісної продукції, захисту навколишнього середовища і економному використанні ресурсів - основи стійкого розвитку будь-якої країни. Її значення впливає з процесів в економіці та суспільному житті, характерних для кінця XX - початку XXI ст.

Перший серед них - глобалізація торговельних відносин і світового ринку, якій притаманне усунення кордонів на шляху вільного руху капіталу, товарів, людей, ідей та інформації. Не менш важливим є другий - прискорення науково-технічного прогресу, стрімкий розвиток прогресивних галузей і сфер діяльності, в першу чергу, інформаційних і комунікаційних технологій та біотехнологій. З цим тісно пов'язано використання високих технологій для скорочення циклу проектування і виготовлення продукції, забезпечення оптимального співвідношення між якістю, вартістю та часом виготовлення продукції. Нарешті, третій процес - посилення охорони навколишнього середовища та раціонального використання ресурсів. Ця проблема пов'язана з комплексом завдань щодо забезпечення прийнятної якості життя.

Технічне регулювання - це правове регулювання відносин у сфері встановлення, застосування та виконання обов'язкових вимог до продукції або пов'язаних з нею процесів, систем і послуг, персоналу та органів, а також перевірка їх дотримання шляхом оцінки відповідності та / або ринкового

нагляду (ст. 1 Закону України "Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності" від 01.12.2005 р. № 64-IV).

Безперечно, що одним із найбільш дієвих і загально визнаним світовим співтовариством, урядовими установами та діловими колами добровільним механізмом, є стандартизація на основі консенсусу та узгодженості на різних рівнях стандартизації (міжнародному, регіональному, національному, підприємства).

Стандартизація є одним із найбільш результативних шляхів удосконалення виробничих та торговельних відносин, зниження витрат, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Стандартизація – це встановлення та запровадження стандартів (нормативно-технічних документів, які встановлюють єдині обов'язкові вимоги щодо типів, розмірів, якості та інших особливостей продукції і послуг) з метою впорядкування діяльності в певній галузі економічного використання ресурсів, підтримки техніки безпеки, підвищення якості продукції (робіт, послуг).

Стандартизація у сфері послуг - це спосіб забезпечити захист інтересів споживачів в аспектах безпеки для життя і здоров'я людини та екології. Стандарти на послуги служать стимулом для конкуруючих у цій області фірм щодо поліпшення якості та вдосконалення асортименту послуг за умови здатності забезпечити їх базовий рівень. Слід зазначити, що як об'єкт стандартизації, послуга представляє певну складність, оскільки не всі її характеристики можуть бути виражені кількісно. Основні підходи до стандартизації послуг відображено в табл. 4.1.

Стандартизація є організаційно-технічною основою для всіх видів діяльності як на національному, так і на міжнародному рівнях. Зміцнення науково-технічних і економічних зв'язків привертає увагу до стандартизації всіх розвинених країн світу і країн, які розвиваються, а також технічних, економічних, міжнародних, регіональних і національних організацій, фірм і підприємств.

Основні підходи до стандартизації послуг

Критерій	Зміст
1	2
Мета стандартизації послуг	<ul style="list-style-type: none"> - реалізація єдиної технічної політики у сфері стандартизації послуг; - захист прав та інтересів споживачів послуг; - забезпечення якості і конкурентоспроможності послуг та обслуговування; - раціональне використання всіх видів ресурсів, підвищення техніко-економічних показників діяльності у сфері послуг; - упровадження і використання сучасних виробничих та інформаційних технологій під час обслуговування
Основні принципи стандартизації послуг	<ul style="list-style-type: none"> - урахування світового досвіду, засвоєння нових безвідходних технологій, безпечних для навколишнього природного середовища, здоров'я та життя людини; - установлення вимог щодо якості послуги та обслуговування; - навчання фахівців управління якістю послуг та обслуговування на рівні міжнародних вимог; - підготовка та впровадження комплексу нормативних документів з питань стандартизації послуг, гармонізованих з міжнародними, регіональними і, в разі необхідності, з національними нормативними документами; - взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів з питань стандартизації послуг усіх рівнів та категорій; - придатність нормативних документів з питань стандартизації послуг для їх сертифікації; - відкритість інформації про чинні стандарти і програми робіт з стандартизації послуг, виходячи з вимог чинного законодавства; - відповідність структури і складу нормативного забезпечення діяльності у сфері послуг та обслуговування складу та взаємозв'язкам об'єктів стандартизації цієї сфери, раціональність, однозначність, несуперечливість та обґрунтованість вимог нормативних документів, можливість їх перевірки; - постійне вдосконалення та оновлювальність нормативних документів з стандартизації послуг
Основні завдання стандартизації послуг	<ul style="list-style-type: none"> - класифікація послуг; - встановлення об'єктів стандартизації у сфері послуг та обслуговування; - встановлення основних вимог до груп та підгруп однорідних послуг, видів послуг, окремих послуг та до процесів обслуговування, а також до їх складових; - встановлення вимог до організації робіт і управління у сфері послуг; - встановлення номенклатури показників якості для груп та підгруп однорідних послуг, видів послуг, окремих послуг, процесів обслуговування, методів і засобів їх контролю; - уніфікація нормативних документів з стандартизації у сфері послуг

	в частині структури, складу та змісту певних категорій та видів цих документів; - встановлення термінів та визначень у сфері послуг
Об'єкти стандартизації у сфері послуг	- організаційно-технічні і загально-технічні методи і засоби; - процеси надання послуг і обслуговування з урахуванням їх здійснення; - групи та підгрупи однорідних послуг, види послуг і конкретні послуги; - вимоги до послуг і обслуговування

Це є наслідком об'єктивної необхідності стандартизації і технічного регулювання в управлінні економічними й виробничими процесами.

Останнім часом однією з ключових проблем науково-технічного і економічного розвитку країн є якість продукції (виробів, процесів, робіт, послуг).

Поліпшення якості продукції (виробів, процесів, робіт, послуг) - це проблема не лише споживча або технічна, але і економічна, соціальна й політична. Сучасний рівень розвитку економіки України, потреба в корінних змінах матеріальних і соціальних умов життя народу висувають на перший план проблему якості. Поліпшення якості товарів (процесів, робіт, послуг) можливе тільки на основі стандартизації й технічного регулювання. Контролювати й підвищувати якість можливо тільки на основі нормативних документів, які встановлюють вимоги до якості й надійності, методів контролю й випробувань продукції, створюють необхідну єдність, без якої неможливий подальший розвиток технічного рівня.

Для більш повного визначення якості надання послуг та встановлення їх відповідності будь-якому номінальному рівню (з безпеки, вартості, комфортності споживання і т.п.) потрібна розробка більшої кількості стандартів у галузі надання послуг, починаючи з техніко-економічного обґрунтування впровадження конкретної послуги і закінчуючи ідентифікацією потреб споживача. При розробці стандартів для сфери послуг необхідно враховувати ряд моментів, а саме:

- нематеріальність послуг, що ускладнює розробку специфікацій;

- обов'язковість залучення клієнтів до процесу розробки стандартів;
- урахування впливу людського фактора на результати діяльності.

В Україні впорядкування й стандартизацію термінології здійснюють Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації і інформатики Держспоживстандарту України (УКРНДІССІ), Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації і якості (ДП "УКРНДНЦ"), Академія наук України, галузеві науково-дослідні інститути, вищі навчальні заклади й науково-технічні суспільства. Комплекс стандартів, термінології розроблений в основних галузях знань і галузях економіки.

Завдання членства України в СОТ та інтеграції в ЄС вимагають прийняття міжнародних та європейських стандартів. Це дозволяє зорієнтуватися у вимогах глобальних і регіональних ринків та визначити рівень характеристик продукції, прийнятний для них. Але, на наш погляд, відповідність міжнародному стандарту не гарантує досягнення конкурентоспроможності. Швидше це умови доступу на глобальний ринок і потенційна конкурентоспроможність, реальність якої буде визначена лише після позиціонування продукції на ринку і її оцінки споживачем за критеріями, встановленими тріадою: "якість - вартість - час".

Результатом діяльності у галузі стандартизації є створення нормативних документів. Через нормативні документи стандартизація впливає на сфери трудової діяльності людини, розвиток економіки країни, прискорення науково-технічного прогресу, економію й раціональне використання сировини, матеріалів, енергетичних ресурсів, підвищення якості продукції (процесів, робіт, послуг).

Нормативний документ (НД) - документ, який встановлює правила, загальні принципи й характеристики різного виду діяльності або її результатів. НД розробляються на об'єкти стандартизації, які є обов'язковими для використання в певних галузях діяльності в установленому порядку та затверджуються компетентними органами. До НД належать стандарти, технічні

умови, регламенти, державні класифікатори тощо.

Об'єкт стандартизації - це предмет, який підлягає стандартизації. До об'єктів стандартизації належать: продукція, процеси, послуги, зокрема, матеріали, їх складові, устаткування, системи, їх сумісність, правила, процедури, функції, методи або діяльність, які можуть бути охарактеризовані кількісно і якісно за допомогою понять, визначень, умовних одиниць тощо. На всі об'єкти стандартизації розробляються НД.

Стандарти на продукцію встановлюють вимоги до груп однорідної або визначеної продукції, які забезпечують її відповідність своєму призначенню. У стандартах на продукцію наводяться технічні вимоги до якості при її виготовленні, постачанні й використанні; визначаються правила приймання, способи контролю й випробування, вимоги до пакування, маркування, транспортування, зберігання.

Стандарти на процеси встановлюють основні вимоги до послідовності виконання різних робіт (операцій) в процесах, які використовуються в різних видах діяльності та забезпечують відповідність процесу згідно з призначенням.

Стандарти на послуги встановлюють вимоги, яким повинна задовольняти послуга, щоб забезпечити свою відповідність призначенню. Стандарти на послуги можуть бути розроблені для таких послуг: прання білизни, готельне господарство, транспорт, автосервіс, телезв'язок, страхування, банківська справа, торгівля тощо.

Стандарти на сумісність установлюють вимоги відносно сумісності продукції, послуг або систем у місцях їх поєднання і при загальному використанні.

Стандарт (від англ. Standard - норма, зразок, мірило) в широкому сенсі - це зразок або еталон якості, через який держава здійснює науково обгрунтоване управління якістю.

Відповідно до Закону України "Про стандартизацію" від 17.05.2001 р. № 2408-III цей термін має визначення: стандарт - це документ, розроблений на основі консенсусу та затверджений уповноваженим органом, що встановлює

призначені для загального і багаторазового використання правила, інструкції або характеристики, стосуються діяльності чи її результатів, включаючи продукцію, процеси або послуги, дотримання яких є обов'язковим. Стандарт може містити вимоги до термінології, позначок, пакування, маркування чи етикетування, які застосовуються до певної продукції, процесу чи послуги.

4.2 Види стандартизації

Розрізняють національні, міжнародні, регіональні й міждержавні. Основні види стандартизації відображено на рис. 4.2.

Національні стандарти - це стандарти, прийняті національним органом зі стандартизації та доступні широкому колу підприємців і споживачів. Національні стандарти є одним з атрибутів державності і відображають специфіку розвитку національної економіки в залежності від історичних, географічних і соціальних умов.

Міжнародні стандарти - це документи, які базуються на консенсусі та приймаються міжнародними організаціями на добровільній основі.

Вони, як правило, розробляються і приймаються ІСО та іншими міжнародними організаціями з стандартизації та доступні широкому колу підприємців і споживачів.

Міжнародні стандарти серії 9000 з управління якістю продукції прийнято європейськими країнами як національні. Згідно з міжнародними стандартами продукція (процеси, роботи, послуги) повинні відповідати сфері використання або призначення, задовольняти вимогам споживача, відповідати стандартам і технічним умовам, чинному законодавству та іншим нормативним вимогам (по екології, безпеці тощо), забезпечувати отримання прибутку.

Регіональні стандарти - стандарти, прийняті регіональною міжнародною організацією по стандартизації тільки одного географічного, політичного або економічного регіону. Вони чітко визначають суть і межі економічних і торгових договорів, тому що об'єднують діяльність країн, які визначені близькими за географічним положенням і традиційними зв'язками.



Рис. 4.2. Основні види стандартизації

Міждержавні стандарти - стандарти, прийняті країнами, що приєдналися до Угоди про проведення погодженої політики в галузі стандартизації,

метрології та сертифікації, і застосовувані ними безпосередньо. Міждержавні стандарти діють в усіх країнах СНД. Міждержавна стандартизація може служити прикладом регіональної стандартизації, а стандарти з позначенням індексу ГОСТ - регіональними стандартами.

Гармонізовані стандарти - це стандарти, що стосуються одного й того ж об'єкта, затверджені різними органами, що займаються стандартизацією. Ці стандарти можуть бути різними за змістом і формою подачі матеріалу. Гармонізовані стандарти, які ідентичні за змістом і формою подачі матеріалу, називають ідентичними стандартами.

Національні, міжнародні, регіональні, міждержавні стандарти і стандарти підприємств повинні складати визнані технічні правила і умови.

Складовою частиною діяльності, що стосується технічного регулювання, є системи сертифікації продукції (робіт, послуг) і акредитації випробувальних центрів та лабораторій.

У процесі ринкової взаємодії контрагенти ринку - виробники, посередники, споживачі - вступають у різного роду взаємовідносини, результатом яких можуть бути не лише дії, пов'язані із стосунками (купівля-продаж товару), але й комплекс операцій, які супроводжують або обумовлюють ці взаємодії, опосередковані різного роду сервісними послугами.

Сервісна послуга досить нове явище для вітчизняної економіки. Основними властивостями таких послуг є:

- створення корисного ефекту, який не існує як річ, що відрізняється від споживчої вартості, і може споживатися лише в процесі виробництва (наприклад, транспортування вантажів, збереження товарів і інші форми корисного ефекту послуг);
- створення умов для здійснення виробничого процесу й нормальної життєдіяльності людини без зміни природи;
- цільова спрямованість на продукт і задоволення визначених потреб людини;
- послуги не можуть накопичуватися про запас, а споживаються в момент їх виробництва;

- виробник послуги фактично не є її споживачем, що принципово відрізняє послугу від речі, яка може бути призначена не лише на продаж, а й для інших, зокрема, задоволення потреб її виробника.

Сучасний підхід до систематизації послуг з найбільш загальними класифікаційними ознаками дозволяє виділити такі блоки:

- функціональні критерії;
- соціально-економічна природа;
- галузева належність;
- характер надання послуг;
- призначення послуги;
- стадії життєвого циклу;
- спрямованість послуг.

4.3 Сертифікація послуг

Сертифікація - це процедура підтвердження відповідності результату виробничої діяльності, товару, послуги нормативним вимогам, за допомогою якої третя сторона документально засвідчує, що продукція, робота (процес) або послуга відповідають заданим вимогам. Це підтвердження безпеки товару (послуги) для здоров'я і життя людини, її майна і навколишнього природного середовища.

У багатьох випадках, особливо для потенційно небезпечної продукції, держава та споживач повинні бути впевнені, що вона вироблена відповідно до вимог нормативних документів і за прийнятними на сучасному етапі світової практики рівнем безпеки. Для цього встановлюють процедуру оцінки відповідності, яка в загальному випадку передбачає визначення характеристик продукції, встановлення відповідності та запевнення в ній (сертифікація, декларація про відповідність), реєстрації, акредитації та інспектування.

Сертифікація стала процедурою, за допомогою якої визнаний в установленому порядку орган документально підтверджує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління

навколишнім середовищем та персоналу установленим законодавством вимогам. Мету сертифікації відображено на рис.4.2.



Рис.4.2. Мета сертифікації

Основні принципи систем сертифікації послуг ті ж, що і для систем сертифікації продукції: обов'язковість і добровільність, умова наявності третьої сторони, акредитація органів з сертифікації, видача сертифіката відповідності та ін.

У законі "Про захист прав споживачів" категорія "послуга" класифікується як "діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб".

Тобто, послугу можна розглядати як результат економічної діяльності, яка не створює товар, але продається та купується під час торговельних операцій.

Група однорідних послуг - сукупність послуг, що характеризуються

загальним цільовим або функціональним призначенням. Підгрупа однорідних послуг - частина групи однорідних послуг, що характеризуються загальним функціональним призначенням і певними споживачами властивостями.

Вид послуг – складова підгрупи однорідних послуг, що характеризуються загальними конструктивними, технологічними рішеннями або іншими ознаками.

Класифікація вітчизняних послуг почалася в 1970-х рр. по послугах виробництва і охопила понад 1500 видів послуг. Однак вона не є вичерпною, оскільки не містить нових видів послуг. Загальноприйнятим було класифікувати послуги залежно від призначення: матеріальні, нематеріальні (або соціально-культурні), виробничі.

Під матеріальною послугою розуміють діяльність виконавця із задоволення матеріальних потреб споживача. Її результатом є, як правило, перетворена продукція (наприклад, приготована їжа, побудований дім, технічно обслугований автомобіль, комунальні ресурси та ін.). Матеріальні послуги впливають на споживчі властивості предмета.

Нематеріальна (або соціально-культурна) послуга — діяльність виконавця по задоволенню соціально-культурних потреб споживача: фізичних, моральних, інтелектуальних і духовних. Об'єктом такої послуги є власне споживач (наприклад, пацієнт клініки, відпочивальник санаторію, відвідувач ресторану, турист, пасажир, студент та аспірант, відвідувач музею та ін.).

Виробнича послуга — діяльність виконавця по задоволенню потреб підприємств і організацій (наприклад, роботи з наладки і техобслуговування обладнання, засобів вимірювань і випробувань; дослідно-конструкторські та технологічні роботи тощо). Сьогодні з метою визначення груп і підгруп однорідних послуг, видів послуг, до яких установлюються вимоги в нормативних документах по стандартизації, проводять класифікацію існуючих послуг на підставі певних ознак, які враховують специфіку послуг і процесів обслуговування. Вона дозволяє впорядкувати всю існуючу систему

різноманітних послуг, передбачати виникнення можливих нових видів послуг, визначити об'єкти стандартизації у сфері послуг з урахуванням їх взаємозв'язків і встановити структуру та склад нормативних документів. Однак, більш ефективним є підхід до класифікації, наданий в п.2, теми 3 конспекту лекцій. При сертифікації послуг враховують обов'язкові вимоги (рис. 4.3).

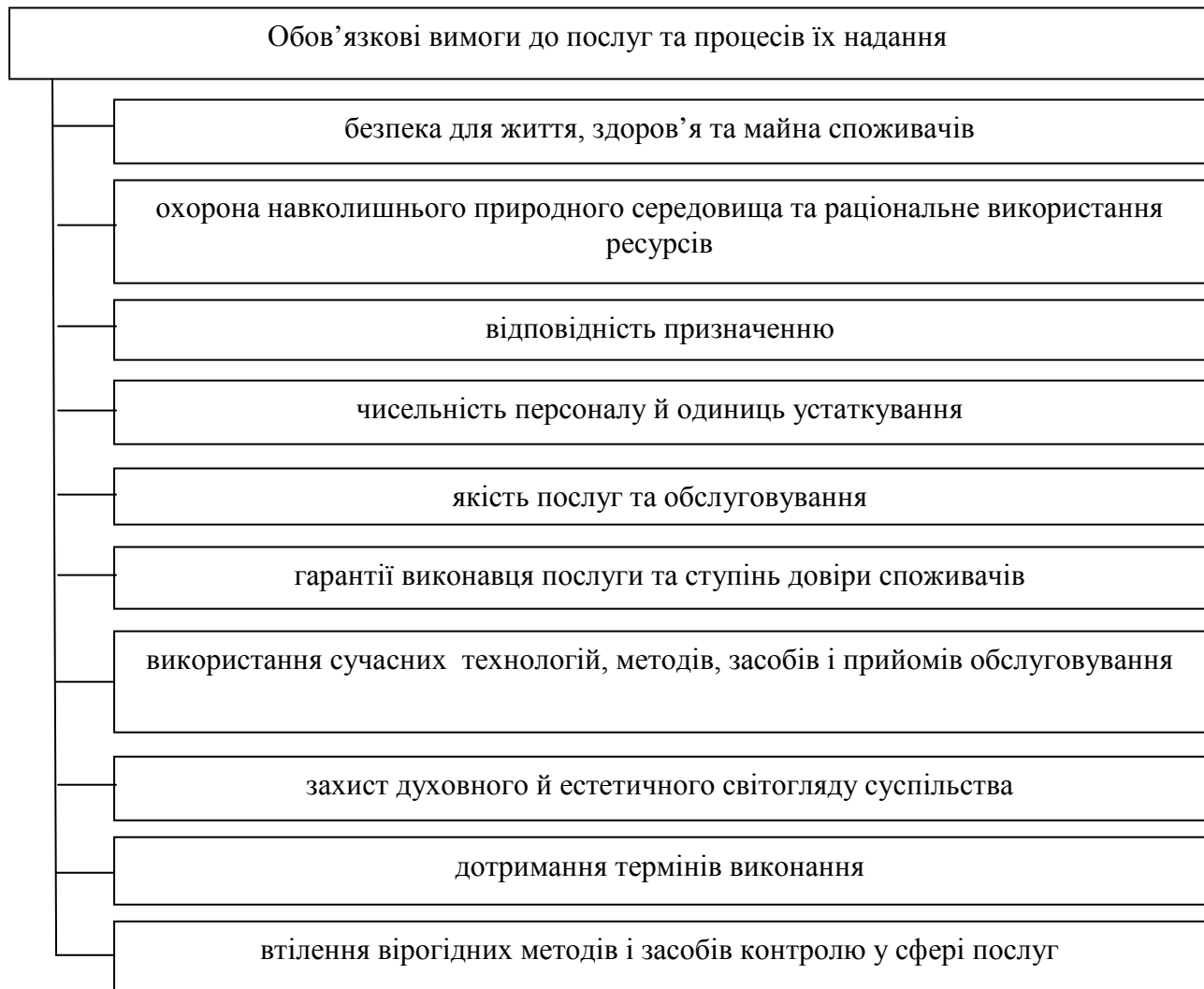


Рис. 4.3. Обов'язкові вимоги щодо послуг та процесів їх надання

Переваги проведення сертифікації послуг очевидні (рис.4.4.).

Вимоги безпеки повинні визначатися певними показниками і містити всі види й норми допустимої небезпеки і встановлюватися таким чином, щоб

Сертифікацію послуг проводять переважно при обліку їх відповідності вимогам, визначеним у стандартах якості. Споживачі можуть зажадати додаткових гарантій від компаній, що надають послуги, особливо, коли це стосується практики подачі заявок у міжнародних торгах.

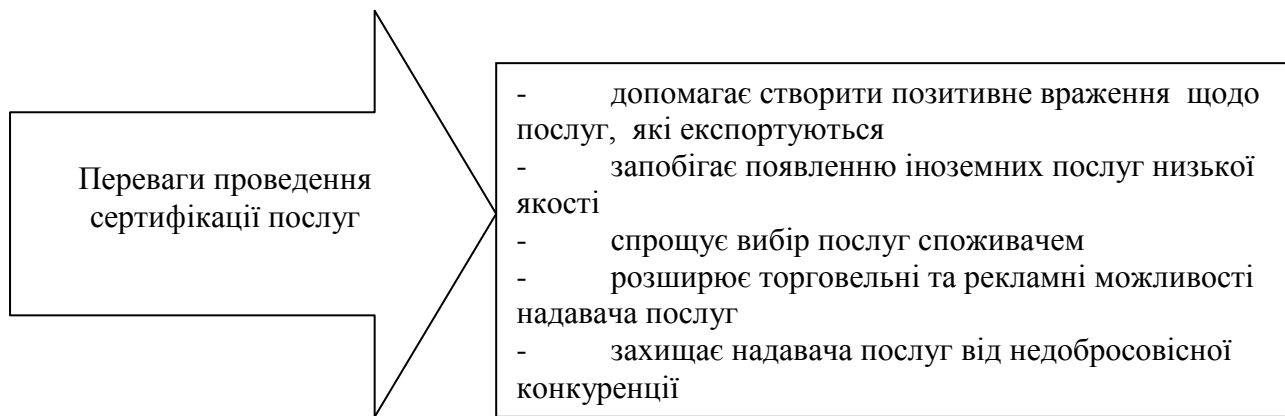


Рис. 4.4. Переваги проведення сертифікації послуг

На сьогодні введені в дію такі системи сертифікації у сфері послуг:

- система сертифікації послуг з технічного обслуговування і ремонту автотранспортних засобів (з 1 липня 1998 р.) - добровільна;
- система сертифікації послуг готелів (з 1 жовтня в 1999 р.);
- система сертифікації послуг громадського харчування (з 1 жовтня 1999 р.);
- система сертифікації послуг з перевезення пасажирів автомобільним транспортом (з 1 жовтня в 1999 р.) - добровільна.

Поза сферою обов'язкової сертифікації залишаються у зв'язку з відсутністю нормативної бази на цей період такі потенційно небезпечні послуги: медичні послуги, послуги ринків, послуги з ремонту та технічного обслуговування побутової радіоелектронної апаратури, електропобутових машин і приладів, послуги хімічного чищення і фарбування.

При реалізації всіх вище зазначених систем сертифікації послуг найбільш складним питанням є визначення показників, які характеризують якість послуги та визначають конкурентоспроможність послуги.

Особливостями послуг як об'єкта сертифікації є:

- безпосередня взаємодія виконавця і споживача при наданні послуг;
- вплив умов обслуговування на споживача;
- одночасність виробництва й споживання деяких послуг;
- умовність поняття "транспортування й збереження" послуг;

- оцінювання якості послуг самим споживачем.

Сертифікація робіт і послуг здійснюється в тій же послідовності, що й сертифікація продукції, і передбачає шість етапів:

- подання заявки на сертифікацію;
- розгляд і ухвалення рішення за заявкою;
- оцінювання відповідності робіт і послуг установленим вимогам;
- ухвалення рішення про можливість видачі сертифіката;
- видача сертифіката і ліцензії на застосування знаку відповідності;
- інспекційний контроль сертифікованих робіт і послуг.

Порівнюючи зміст етапів сертифікації продукції і сертифікації робіт і послуг, необхідно звернути увагу на сутність етапу 3 (оцінювання відповідності робіт і послуг установленим вимогам). У загальному вигляді він містить: оцінювання виконання робіт і надання послуг; перевірку, випробування результатів робіт і послуг. Підсумки першої процедури відбиваються в актах, підсумки другої - у протоколах випробувань.

4.4 Схеми сертифікації послуг та їх застосування

Схема сертифікації послуг обирається шляхом включення в процедуру певного набору дій з таких елементів:

- перевірка результатів матеріальної послуги;
- сертифікація системи якості обслуговування;
- атестація персоналу, який виконує послуги;
- атестація способів (технології) надання послуг;
- сертифікація всього підприємства, яке надає послуги;
- інспекційний контроль.

Схеми сертифікації послуг відображено в таблиці 4.3.

Розглянемо застосування окремих схем, звернувши особливу увагу на специфічні схеми 1, 2, 4.

Схему 1 застосовують для робіт і послуг, якість і безпека яких обумовлені майстерністю виконавця (наприклад, екскурсовода, педагога, перукаря,

масажистки тощо). При оцінюванні й контролі майстерності застосовують, у першу чергу, специфічний вид стандарту на послугу - вимоги до обслуговуючого персоналу.

Таблиця 4.3

Схеми сертифікації послуг

№ схеми	Оцінка виконання робіт, надання послуг	Перевірка (випробування) результатів робіт і послуг	Інспекційний контроль сертифікованих робіт і послуг
1	Оцінка майстерності виконавця робіт і послуг	Перевірка (випробування) результату робіт і послуг	Контроль майстерності виконавця робіт і послуг
2	Оцінка процесу виконання робіт, надання послуг	Перевірка (випробування) результатів робіт і послуг	Контроль процесу виконання робіт, надання послуг
3	Аналіз стану виробництва	Перевірка (випробування) результатів робіт і послуг	Аналіз стану виробництва
4	Оцінка організації (підприємства)	Перевірка (випробування) результатів робіт і послуг	Контроль відповідності установленим вимогам
5	Оцінка системи якості	Перевірка (випробування) результатів робіт і послуг	Контроль системи якості
6	Оцінка системи якості	Розгляд декларації про відповідність доданим документам	Контроль якості виконання робіт, надання послуг
7	Оцінка системи якості	Розгляд декларації про відповідність доданим документам	Контроль системи якості

За схемою 2 оцінюють процес виконання робіт, надання послуг, ураховуючи такі критерії:

- повнота й актуалізація (своєчасне оновлення) документації, яка встановлює вимоги до процесу (нормативні та технічні документи);
- метрологічне, методичне, організаційне, програмне, правове та інше забезпечення процесу виконання робіт, надання послуг;
- безпека і стабільність процесу;
- професіоналізм обслуговуючого і робочого персоналу;

- безпека реалізованих товарів.

Схему 3 застосовують при сертифікації виробничих послуг.

За схемою 4 оцінюють організацію (підприємство) - виконавця робіт і послуг на відповідність установленим вимогам державних стандартів. При цьому оцінюють не лише процес виконання робіт і надання послуг за критеріями схеми 2, але й правильність присвоєння підприємству певної категорії (зірковість готелю, розряд ательє, тип підприємству торгівлі громадського харчування, клас ресторану або бару), використовуючи другий специфічний вид стандарту на послугу - класифікацію підприємств. За цією схемою проводять також атестацію організації (підприємства) на відповідність матеріально-технічної бази, умов обслуговування вимогам нормативної документації щодо безпеки.

Схему 4 рекомендується застосовувати при сертифікації великих підприємств сфери послуг.

Схему 5 - при сертифікації найбільш небезпечних робіт і послуг (медичних, по перевезенню пасажирів тощо). Оцінювання системи якості за схемою 5 (а також схемою 7) проводиться за стандартами ISO серії 9000 експертами з сертифікації систем якості.

Схеми 6 і 7 ґрунтуються на використанні декларації про відповідність з доданими до неї документами, які підтверджують відповідність робіт і послуг установленим вимогам, тобто керівник підприємства (індивідуальний підприємець) заявляє, що об'єкт обов'язкової сертифікації відповідає встановленим вимогам.

Схему 6 застосовують при сертифікації робіт і послуг невеликих підприємств, які зарекомендували себе в нашій країні і за кордоном як виконавці робіт і послуг високого рівня якості.

Схему 7 застосовують за наявності у виконавця системи якості. Оцінювання виконання робіт, надання послуг полягатиме в обстеженні підприємства з метою підтвердження відповідності робіт і послуг вимогам стандартів системи якості.

При добровільній сертифікації застосовують схеми 1-5. Схеми 6 і 7, що передбачають декларацію про відповідність, при добровільній сертифікації не застосовують.

Як і при сертифікації продукції, в усіх схемах можуть бути використані додаткові документи, які підтверджують відповідність установленим вимогам і отримані поза самою процедурою сертифікації. Йдеться про результати соціологічних досліджень, експертні оцінки, протоколи випробувань продукції як результату послуги тощо. Ці документи можуть бути основою для скорочення робіт щодо оцінювання, перевірки та інспекційного контролю робіт і послуг.

Система сертифікації зазвичай оперує з такими класифікаційними угрупованнями послуг як матеріальні (трансформація властивостей товару, виконання індивідуального замовлення тощо) і нематеріальні (увесь блок соціально-культурних послуг).

Для сертифікації матеріальних видів послуг до схем зазвичай включають:

- атестацію професійної майстерності виконавця послуги та інспекційний контроль (для підприємців і малих підприємств);
- атестацію процесу надання послуги і вибіркову перевірку результату послуги при періодичному інспекційному контролі;
- атестацію процесу надання послуги та інспекційний контроль;
- сертифікацію систем якості обслуговування та інспекційний контроль.

Для сертифікації нематеріальних послуг, як правило, застосовують такі схеми:

- сертифікацію підприємства в цілому і наступний інспекційний контроль;
- сертифікацію системи забезпечення якості обслуговування і наступний інспекційний контроль за її роботою.

Вибір схеми сертифікації, а також організаційно-методичні заходи з сертифікації послуг здійснюються відповідно до Правил сертифікації робіт і послуг.

Акцентуємо увагу на деякі властиві послугам особливості, які впливають

на організацію їх сертифікації:

- об'єктом послуги може бути сама людина, а її майнове право визначає неможливість проведення випробувань. Так, наприклад, власник відремонтованого автомобіля напевно відмовиться від випробувань його автомобіля в дорожніх умовах за всіма правилами цієї процедури;

- безпосередній контакт виконавця і споживача послуги вимагає оцінювання майстерності виконавця згідно з етикою спілкування і сформованими місцевими перевагам; найчастіше це вимагає застосування соціологічних методів оцінки;

- експерт щодо оцінки послуги у низці випадків має бути присутнім при її наданні, оскільки надання послуги і її споживання можуть відбуватися одночасно, наприклад, послуги перукарні чи косметичного кабінету. За кордоном допускається в подібних випадках бути в ролі експерта споживача;

- деякі характеристики послуг залежать від особливостей регіону, в якому вони надаються.

При перевірці результатів робіт і послуг більш широко використовуються соціологічні й експертні методи. Наприклад, для оцінки якості обслуговування в магазині, на підприємстві громадського харчування проводиться опитування відвідувачів. У ремонтних підприємствах за допомогою книги замовлень, яка містить прізвища і телефони замовників, зв'язуються з клієнтами і з'ясовують їх відгуки про якість ремонту і обслуговування. Експертні методи потрібні в тих випадках, коли кваліфікована оцінка результатів робіт і послуг неможлива без участі групи досвідчених фахівців-експертів: дегустація продуктів і кулінарних виробів на підприємствах громадського харчування; оцінка якості зачісок, зроблених майстрами перукарні; якість навчання і рівень знань у сфері освіти.

Для оцінки матеріальних послуг (якості речі, яка пройшла хімічистку, параметрів відремонтованого апарату) широко використовуються інструментальні методи.

Однією з особливостей системи сертифікації робіт і послуг є те, що в

структурі системи сертифікації нематеріальних послуг і окремих матеріальних послуг (наприклад, послуг роздрібної торгівлі) може бути відсутня така ланка як випробувальна лабораторія, оскільки перевірка результатів може не передбачати випробування. У необхідних випадках орган з сертифікації може застосовувати атестовані випробувальні лабораторії.

Основою нормативної бази сертифікації послуг є міжнародні, регіональні й національні стандарти, затверджені санітарно-гігієнічні норми і правила, а також нормативні документи, прийняті у відповідному порядку органами державного управління для конкретних видів послуг. При цьому нормативні документи для обов'язкової сертифікації повинні враховувати:

- встановлені норми безпеки для життя і здоров'я споживачів і їх майна;
- екологічні параметри для відповідного регіону;
- вимоги до методів перевірки послуги, технологічного процесу виконання, майстерності виконавця і системи забезпечення якості.

Відповідно до встановлених правил сертифікаційні перевірки послуг (ідентично сертифікаційним випробуванням продукції) виконують експерти-аудитори, зареєстровані в Державному реєстрі Системи сертифікації. Перевірки зазвичай проводяться на місці виробництва послуги. При позитивних результатах перевірок орган з сертифікації оформлює сертифікат відповідності, а при негативних - заявникові видається рішення про відмову. Заявник також може отримати ліцензію на застосування знаку відповідності і проставляти його на ярликах, документації, квитанціях тощо, а також використати з рекламною метою впродовж терміну дії сертифіката (не більше трьох років).

Правила сертифікації послуг допускають інспекційний контроль за дотриманням вимог до сертифікованих послуг, який покладений на орган з сертифікації, притягати територіальні органи Держспоживстандарту, санітарно-епідеміологічні служби, транспортні та інші інспекції, союзи (суспільства) споживачів.

У низці випадків для проведення інспекційного контролю

нематеріальних послуг практикується опитування споживачів шляхом анкетування, особистих інтерв'ю тощо. Цим займаються соціологічні центри, місцеві органи управління, служби маркетингу, а також самі виконавці послуг. Наприклад, в Україні, як і в інших країнах СНД, останніми роками велика увага приділяється такій послугі, як туризм і готельне господарство.

Якщо дотримуватися міжнародного стандарту ISO 9004-2 і ГОСТ 50646-95, то послуга - результат взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця відносно задоволення потреби споживача. Виходячи з цього положення, можна вважати, що критерієм вимоги відносно послуги є результат цілеспрямованої діяльності відносно її надання.

Найважливішою складовою оцінки якості послуг являється вибір критерію їх оцінки. Підходи тут різні. Так, в Японії усі послуги класифікуються на основі їх значущості для споживача:

- "внутрішня" якість, яка не знаходиться у полі зору споживачів (наприклад, технічне, індустріальне, фірмове обслуговування);
- "матеріальна" якість, помітна для споживача (якість товару, готельного обслуговування, ресторанного харчування тощо);
- "нематеріальна" якість, видима споживачем (правдивість реклами, грамотно оформлена документація, упакування, короткі інструкції для використання товару, маркування, інформаційне етикетування та ін.);
- "психологічна якість" (гостинність, ввічливість, уважність);
- тривалість обслуговування.

Подібний підхід дозволяє достовірніше оцінювати відповідність послуги сподіванням і смакам споживачів та визначати належні критерії для сертифікації.

У цьому плані досягненням світового досвіду з оцінки послуг можна рахувати прийняття міжнародного стандарту ISO 9004-2 "Керівні вказівки по послугах", які є методичною основою для національної стандартизації і сертифікації послуг.

До характеристик, які визначають вимоги до послуг, у загальному плані

належать: час очікування, дотримання термінів виконання, чисельність персоналу і одиниць устаткування та інші кількісні характеристики; ступінь довіри споживачів, безпека, ввічливість, естетичність, зручність, гігієнічність тощо.

Поряд із національними системами сертифікації послуг у зарубіжних країнах в деяких сферах послуг діють регіональні й міжнародні організації, які проводять атестацію у сфері послуг, по суті аналогічну сертифікації. До міжнародних організацій з атестації у сфері обслуговування належать Асоціація міжнародного повітряного транспорту, Міжнародна асоціація соціального страхування, Європейська федерація автотуризму, Всесвітня організація туризму, Всесвітній поштовий союз та ін.

Сертифікацію послуг переважно проводять, враховуючи їх відповідність вимогам, визначеним у стандартах якості.

Переваги проведення сертифікації послуг очевидні:

- доповнення до стандартизації, що допомагає створити позитивне враження від послуг, які експортуються за кордон;
- запобігає появі іноземних послуг низької якості;
- спрощує вибір послуги споживачем;
- розширює торгові й рекламні можливості того, хто надає послуги;
- захищає того, хто надає послуги від недобросовісної конкуренції.

Стандарти ISO серії 9000 розглядаються як можливість поліпшення, збільшення ефективності праці підприємств, які працюють у галузі надання послуг, адже з'явилася можливість природно оцінити, які послуги споживачі потребують і, таким чином, з'ясувати, яким має бути їх обслуговування.

Звичайно, для повнішого визначення якості надання послуг і встановлення їх відповідності якомусь номінальному рівню (з безпеки, вартості, комфортності споживання і т. п.) потрібна розробка більшої кількості стандартів у галузі надання послуг, починаючи з техніко-економічного обґрунтування впровадження конкретної послуги і закінчуючи ідентифікацією потреб споживача. Під час розробки стандартів для галузі

послуг необхідно враховувати деякі особливості, а саме:

- нематеріальність послуг, що ускладнює розробку специфікацій;
- обов'язковість залучення клієнтів до процесу розробки стандартів;
- облік впливу людського чинника на результати діяльності.

Стандарт у сфері послуг повинен базуватися саме на тому, що треба споживачеві, а не на тому, чим володіє постачальник. Проте, не зважаючи на велику кількість споживачів або користувачів і відмінність в їх потребах, можна виділити п'ять категорій якості послуг :

- внутрішня якість, яка не виглядає як очевидна для користувача (наприклад, кількість працівників і їхня кваліфікація, експлуатаційно - відновні роботи на виробничих потужностях, які проводяться компанією, що надає певні послуги, - залізниця, авіакомпанія, телефонна компанія);
- якість устаткування, яке є очевидним для користувачів (наприклад, смак ресторанної їжі, внутрішня обробка готелю);
- якість нематеріального устаткування, яке є очевидним для користувачів (наприклад, правдивість рекламних тверджень);
- своєчасність або невідкладність послуги (наприклад, час, проведений у черзі, час відповіді на запит або час виконання прохання);
- психологічна якість (наприклад, ввічливість, гостинність і доброзичливість, безпека обслуговування, естетика оточення).

Ці показники відносно якості послуг використовуються під час проведення сертифікації в першу чергу.

Схема сертифікації послуг вибирається залежно від виду наданих послуг, значущості послуг для суспільства або держави, наявності елементів потенційної загрози життю і здоров'ю споживачів послуг, наявності й уміння використати нормативно-технічну документацію, яка обумовлює якість надання послуг (наприклад, шляхом включення в процедуру мовного набору дій, пов'язаних з оцінкою якості праці персоналу підприємства, яке проводить обслуговування).

- перевірка результатів послуги;

- сертифікація якості обслуговування;
- атестація персоналу, який проводить обслуговування;
- атестація способів (технології) надання послуг;
- сертифікація усього підприємства, яке надає послуги.

Труднощі проведення робіт з сертифікації послуг визначаються розбіжністю понять відносно визначення послуг як конкретної продукції, яка підлягає сертифікації, а також визначення меж самої послуги, що потребують споживачі. Тому під час проведення робіт з сертифікації послуг спочатку перевіряють, чи визначена послуга реально, а потім визначають рівень наданої послуги й оцінюють відповідність критеріям. Простіше оцінюються критерії і риси якості послуг, які піддаються об'єктивному й кваліметричному опису. Це так звані "тверді" елементи процесу оцінювання послуг, до яких належать:

- устаткування і управління процесом роботи підприємства, кількість працівників, продуктивність праці;
- час очікування послуги і її виконання;
- стан гігієни і безпеки, солідність надання послуги;
- охорона людей і майна;
- доступність і вигода, естетика оточення й устаткування, професіоналізм, компетентність, точність виконання замовлення.

Найчастіше в літературі критерієм оцінки якості послуг є об'єднання цих "твердих" визначальних параметрів якості і суб'єктивних її складових, які залежать від індивідуального відчуття і емоцій експерта-споживача послуг або його кваліфікаційного рівня. Наприклад, до критеріїв оцінки послуг належить набір таких послуг, які задовольняють клієнта як значущістю, так і вигодою їх отримання (табл.4.4).

Вимога стандарту вказує, що оцінка задоволення споживача повинна визначати міру, згідно з якою надання послуги, номенклатура послуг або процес їх виконання задовольняє потреби споживача.

Критерії оцінки якості послуг

Критерій	Що визначається
Матеріальна інфраструктура послуг	Технічна якість, стан споруд, наявність указівок, вивісок, позначень, робота інформаційно-довідкової служби
Професіоналізм	Можливість надання необхідні послуги в потрібний час
Відповідальність	Бажання допомогти споживачеві своєчасно вирішити проблему
Компетентність	Уміння і досвід у наданні послуг
Довіра	Вироблення у споживача впевненості в тому, що необхідна послуга буде надана
Упередженість	Упередженість і респектабельність надання послуг
Безпека	Відсутність елементів ризику при наданні послуг, особиста безпека споживача та його майна
Доступність	Необмежений доступ споживачів до послуг
Комунікабельність	Здатність порозумітися та подати необхідну інформацію мовою, зрозумілою споживачу
Розуміння споживача та його потреб	Тактовне знайомство зі споживачем та його потребами, бажаннями, врахування можливостей їх виконання

Заслуговує на увагу кваліметричний метод оцінювання якості послуг **SERVAQUAL**, визнаний як універсальне знаряддя для досліджень відповідності якості всіх видів послуг, хоча конкретно був рекомендований і використаний для верифікації п'яти видів послуг - банківських, маклерських, сервісного обслуговування і телекомунікацій. Вважається, що оцінка якості послуг може бути охарактеризована і визначена межами інтересів споживача і можливостями надавача послуг.

Метод **SERVAQUAL** реалізується у вигляді анкети, яка виконується по-різному, залежно від її призначення (для споживачів і надавачів послуг), і складається з двох розділів.

Перший розділ складається з трьох частин:

- частина перша – призначена для визначення очікувань споживачів і

містить 22 стандартні питання;

- друга частина – призначена для оцінки загальної якості послуги споживачем, рівень оцінки визначається за семибальною шкалою;

- третя частина – споживач відмічає важливість оцінки деталізованих критеріїв якості послуг, оцінюючи їх балами, загальна кількість яких може складати 100.

Другий розділ оцінює надавачів послуг за такими критеріями як матеріальна основа послуг, професіоналізм при наданні послуг, відповідальність надавача, які, у свою чергу, базуються на двох інших критеріях: компетентності та розумінні споживача (табл.4.5).

Таблиця 4.5

**Перелік критеріїв оцінки якості послуг за допомогою методу
SERVAQUAL**

Критерій	Що визначається
Матеріальна основа послуг	технічна якість; стан споруд; наявність вказівок, вивісок, позначень; робота довідково-інформаційної служби
Професіоналізм	можливість надання необхідної послуги в потрібний час
Відповідальність надавачів послуг	бажання допомогти споживачеві своєчасно вирішити проблему
Упевненість персоналу, що обслуговує	довіра; упевненість; компетентність; рівень охорони праці у надавачів послуг
Можливість отримання послуги	доступність; комунікабельність персоналу; розуміння споживачів

Сертифікація послуг містить не лише оцінку якості обслуговування, а також багато процедур, які зустрічаються під час сертифікації систем управління якістю. У першу чергу, це перегляд елементів управління процесом надання послуги, контроль документів і даних, дії, що коригують, і попереджувальні дії в роботі, контроль якості записів, внутрішній аудит якості і навчання персоналу - усі процедури і вимоги до них згідно з вимогами стандартів ISO серії 9000.Метод SERVAQUAL визнаний та ефективний засіб щодо оцінювання якості послуг. Його застосування забезпечує поліпшення

якості та захист прав споживачів при наданні послуг.

Питання для самоперевірки

1. Дайте визначення терміну “технічне регулювання”.
2. Що таке стандартизація?
3. Які основні завдання стандартизації послуг?
4. Визначте мету стандартизації послуг.
5. Наведіть основні принципи стандартизації послуг.
6. Визначте об’єкти стандартизації у сфері послуг.
7. Наведіть основні види стандартизації.
8. Надайте характеристику національної стандартизації та її складових.
9. Дайте визначення міжнародної стандартизації.
10. Наведіть особливості регіональної та міждержавної стандартизації.
11. Що таке сертифікація послуг?
12. Що є метою сертифікації?
13. Визначте об’єкти сертифікації.
14. Наведіть обов’язкові вимоги до послуг та процесу їх надання.
15. Які переваги проведення сертифікації послуг?
16. Що таке сертифікат відповідності та який термін його дії?
17. Визначте схеми сертифікації послуг
18. Призначення схем сертифікації 1 та 2.
19. Призначення схем сертифікації 3 та 4.
20. Призначення схем сертифікації 5, 6 та 7.
21. Визначте властивості послуг, що впливають на організацію їх сертифікації.
22. Які класичні підходи щодо класифікації послуг вам відомі?
23. Надайте основні категорії якості послуг.
24. Наведіть перелік критеріїв оцінки якості послуг за допомогою метода SERVQUAL.

ТЕМА 5. ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

План

- 5.1 Специфічні особливості міжнародної торгівлі послугами
- 5.2 Специфіка регулювання міжнародного ринку послуг
- 5.3 Структура світової торгівлі послугами
- 5.4 Глобалізація послуг

5.1 Специфічні особливості міжнародної торгівлі послугами

Міжнародний ринок послуг - купівля-продаж послуг на світовому ринку.

До специфічних особливостей міжнародної торгівлі послугами належать:

- регулювання усередині країни відповідними положеннями законодавства;
- відсутність або наявність факту перетину послугою межі не виступає критерієм її експорту;
- послуги не зберігаються, вони проводяться і одночасно споживаються;
- виробництво і реалізація послуг знаходяться під більшим державним захистом (у більшості країн знаходяться в повній або частковій державній власності), аніж сфера матеріального виробництва;
- міжнародна торгівля послугами надає велику дію на торгівлю товарами;
- не всі види послуг на відміну від товарів можуть бути предметом торгівлі (послуги для особистого споживання).

Основними формами послуг для підприємництва є: менеджмент, аудит, інжиніринг (інженерно-консультаційні послуги із створення підприємств і об'єктів), лізинг (оренда), франчайзинг (система передачі або продажу ліцензій на технологію і товарний знак), «ноу-хау» (обмін у вигляді знань, досвіду і науково-технічної інформації) тощо.

Особливості світової торгівлі послугами

Торгівля послугами - важлива частина світових господарських зв'язків.

Зростання потреб у послугах безпосередньо пов'язане з науково-технічним прогресом і підвищенням економічної ефективності виробництва. Основний обсяг виробництва та експорту послуг зосереджений в промислово розвинених країнах. Роль сектора послуг динамічно зростає. На сферу послуг доводиться: у США - 73% робочих місць, у ФРН - 41, в Італії - 35%.

Виділяють наступні особливості послуг як предмету торгівлі:

- відсутність упредметненої форми (деякі з послуг набувають матеріальної форми у вигляді комп'ютерних програм на магнітних носіях, кінострічок, різної документації тощо);
- наявність усіх ознак товару (володіють суспільною споживною вартістю);
- послуги корисні не як річ, а як діяльність певного напрямку;
- неоднорідні або мінливі за якістю;
- надаються й споживаються одночасно;
- при експорті-імпорті не проходять митну межу та не підлягають митному оформленню;
- не всі види придатні для залучення до зовнішньоторговельних обігів (комунальні послуги тощо);
- мають тісний зв'язок з ринком робочої сили;
- асортимент послуг, що пропонуються на світових ринках, менше їх асортименту на внутрішньому ринку та менше номенклатури товарів, залучених у міжнародний товарообіг;
- мають специфічну нормативно-правову базу свого регулювання як на національному, так і на міжнародному рівні.

Послуги можуть бути капіталомісткими, трудомісткими або наукоємкими, мати промисловий характер або задовольняти особисті потреби, бути кваліфікованими або некваліфікованими тощо.

Послуги відрізняються різним залученням до господарського обороту.

Менше всього залучені послуги, що поступають в особисте споживання (за винятком освіти й охорони здоров'я).

Послуги можуть здійснюватися на комерційній і некомерційній основі, а також можуть надаватися державними й приватними виробниками.

Державний сектор - суди, біржі праці, лікарні, військові служби, поліція, пожежна охорона, пошта, освітні установи. Приватний некомерційний сектор - музеї, добродійні організації, церква, лікарні. Комерційний сектор - авіакомпанії, банки, готелі, страхові компанії, консалтингові фірми, бухгалтерські фірми, аудиторські, інформаційні тощо.

Близько 40% світової торгівлі послугами здійснюється ТНК.

5.2 Особливості регулювання міжнародного ринку послуг

Регулювання міжнародної торгівлі послугами має певну специфіку. Це пов'язано з тим, що послуги, які відрізняються різноманітністю форм і змісту, утворюють єдиний ринок, якому властиві не загальні риси, а загальні тенденції, що дають можливість регулювати його на глобальному рівні.

На даний час світовий ринок послуг регулюється на чотирьох рівнях: міжнародному (глобальному), галузевому (глобальному), регіональному та національному.

Загальне регулювання на глобальному рівні здійснюється в рамках ГАТС (Генеральна угода про торгівлю послугами), яка діє в рамках СОТ, є багатостороннім поєднанням принципів і правил міжнародної торгівлі послугами, дотримання яких обов'язкове для всіх країн - членів СОТ. Для представників ділових кіл країн - членів СОТ ГАТС має велике значення, оскільки вони отримують можливість:

- працювати на іноземних ринках послуг на заздалегідь відомих умовах;
- доступу до інформації про умови роботи на іноземних ринках послуг;
- стежити за зміною стану на ринках послуг інших країн.

ГАТС визначає заходи, котрі країни – члени СОТ можуть приймати по відношенню торгівлі послугами. При цьому під «торгівлею послугами» розуміють надання послуги, яка включає виробництво, розподіл, маркетинг, продаж та доставку послуги. Поняття «послуга» включає будь-яку послугу в

будь-якому секторі, за винятком послуг, що надаються при виконанні державними органами своїх функцій, тобто не на комерційній основі та не на умовах конкуренції з іншими постачальниками послуг.

У регулюванні ГАТС використовуються ті ж правила, які були розроблені і ГАТТ щодо товарів:

- недискримінація, національний режим, транспарентність (гласність і єдність прочитання законів), незастосування національних законів у збиток іноземним виробникам. Проте реалізації цих правил важка через особливості послуг як товару: відсутністю речової форми більшості з них; збігом часу виробництва й споживання послуг. Останнє означає, що регулювання умов торгівлі послугами означає регулювання умов їх виробництва, а це, в свою чергу, означає регулювання умов інвестування їх виробництва ГАТС, щоб зняти ці суперечності, було складено в трьох частинах: рамкової угоди, що визначає загальні принципи й правила регулювання торгівлі послугами; спеціальних угод, прийнятих для окремих сервісних галузей, і списку зобов'язань національних урядів з ліквідації обмежень у сервісних галузях. Таким чином, з поля діяльності ГАТС випадає тільки регіональний рівень.

Уся угода ГАТС направлена на лібералізацію торгівлі послугами й охоплює наступні їх види: послуги в області телекомунікацій, фінансів і транспорту. Зі сфери його діяльності виключені питання експортного продажу кінофільмів і телепрограм, що пов'язане з побоюваннями окремих держав Європи втратити самобутність своєї національної структури.

Галузеве регулювання міжнародної торгівлі послугами здійснюється також у глобальному масштабі, що пов'язане з глобальним виробництвом і споживанням цих послуг. На відміну від ГАТС організації, що регулюють такі послуги, мають спеціалізований характер. Наприклад, цивільні авіаційні перевезення регулює Організація міжнародної цивільної авіації (ІКАО), іноземний туризм - Всесвітня туристична організація (ВТО), морські перевезення – Міжнародна морська організація (ІМО).

На регіональному рівні міжнародна торгівля послугами регулюється в рамках економічних інтеграційних угруповань, в яких знімаються обмеження на взаємну торгівлю послугами (як, наприклад, в ЄС) і можуть вводитися обмеження на таку торгівлю з третіми країнами. ГАТС - другий головний додаток до Угоди про освіту ВТО, містить найважливіші принципи, які складають основу регулювання міжнародної торгівлі послугами. До цього не існувало міжнародних торгових правил, що регулюють сферу послуг: банківська справа, страхування, транспорт, телекомунікації, туризм, будівництво, телебачення. Кожна країна захищала свої інтереси, керуючись власними правилами та нормами. У ході Уругвайського раунду ГАТТ (1986-1994 рр.) було досягнуто Угоду про бездискримінаційну торгівлю у сфері послуг, куди включені спеціальні положення, що стосуються фінансових послуг, повітряного транспорту, телекомунікацій.

ГАТС складається з 3 блоків, містить 35 статей, об'єднаних в 6 розділів, і 4 застосування.

У першому блоці висловлюються взаємні зобов'язання країн-членів у сфері торгівлі послугами - надання режиму найбільшого сприяння відносно постачальників послуг.

Другий і третій блоки містять відповідно списки початкових взаємопоступок по доступу на ринки послуг і додатку про спеціальний статус окремих секторів послуг.

Ця Угода містить перелік усіх видів послуг, окрім тих, постачання яких викликане виконанням урядом функцій управління, а також тлумачення різних термінів, пов'язаних з ринком послуг («заходи», «торгівля послугами», «постачання послуг»).

Термін «торгівля послугами» містить:

- послуги, що надаються з території однієї країни-члена на територію іншої країни-члена;
- послуги, що надаються на території однієї країни споживачам будь-якої іншої країни (туризм);

- послуги за допомогою присутності установи або комерційної організації однієї країни на території будь-якої іншої країни (банківські);

- послуги, що надаються фізичними особами однієї країни на території будь-якої іншої країни (будівельні проекти, інженерно-консультаційні).

Термін «постачання послуг» означає виробництво, розподіл, маркетинг, продаж і доставку послуг.

Додатки ГАТС є невід'ємною частиною й стосуються окремих видів послуг і пов'язаних з ними питань: рухи робочої сили, тимчасові заходи щодо вилучень із секторів фінансових послуг; телекомунікацій; послуг повітряного транспорту.

Додатки та принципи, сформовані в ГАТС, розглядаються як майбутня основа формування не тільки міжнародної системи регулювання ринку послуг, але й національних систем регулювання постачання послуг.

Специфіка даного документа полягає в тому, що він стосується не тільки традиційних торгових бар'єрів, але й інвестицій у сферу послуг, і визначає основні обов'язки членів ВТО.

На додаток до Угоди вже країни - члени ВТО підписали угоду про лібералізацію ринку фінансових послуг (Женева, 1997 р.), яке набуло чинності в березні 1999 р. після ратифікації. Воно передбачає поетапне зняття національних обмежень на трансграничні потоки капіталів і дії іноземних компаній на внутрішніх ринках. Фактично, це відкриває західним фінансовим фірмам доступ на ринки країн, що розвиваються.

Питання для самоперевірки

1. Наведіть специфічні особливості міжнародної торгівлі послугами.
2. Які особливості послуг як предмету торгівлі?
3. Надайте характеристику загальному регулюванню на глобальному ринку в рамках ГАТС
4. Що означає торгівля послугами?

ТЕМА 6. ПОБУТОВІ ПОСЛУГИ

План

- 6.1 Роль побутових послуг, їхня структура та значення для населення.
- 6.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання побутових послуг.
- 6.3 Характеристика основних видів побутових послуг.
- 6.4 Правила побутового обслуговування населення
- 6.5 Порядок оформлення та замовлення побутових послуг.
- 6.6 Виконання замовлень і реалізація побутових послуг
- 6.7 Експертне оцінювання якості побутових послуг

6.1 Роль побутових послуг, їхня структура та значення для населення

Практика функціонування соціально-економічних моделей господарювання в розвинених країнах показала, що сфера побутових послуг є надзвичайно важливою і з точки зору формування освітнього, культурного рівня трудового потенціалу, і з точки зору задоволення потреб членів суспільства, і з точки зору впливу на виробничу сферу в плані підвищення рівня задоволення суспільних потреб. Добре влаштований побут сприяє підвищенню культурного рівня людей, стимулюванню прогресу виробництва та задоволенню потреб у побутових послугах. Ринкові перетворення внесли відразу багато змін, але потреба у наданні побутових послуг не зникла.

Проблема розвитку ринку побутових послуг в історії економічної думки займає специфічне місце. Характеристику окремих аспектів ринку побутових послуг можна віднайти у працях А.Н. Айшель, В.П. Покуля, К.Маркса та інших. Окремі питання становлення ринкових відносин у сфері побутових послуг висвітлювалися у працях таких українських та російських вчених, як: О.В. Песоцька, В.Г. Кряжев, М.М. Захарченко, Т.І. Корягіна, Ш.Я. Турецький, А.І. Гранін, М.Г. Розе, М.Б. Росинський, В.І. Дмитрієв, Л.П. Хмелевська, Н. Христофорова, В.В. Юхименко, Л.А. Сучкова та ін.

Головним завданням ринку побутових послуг у перспективному періоді є максимальне задоволення потреб населення у побутових послугах.

Побутове обслуговування за економічною природою призначене задовольняти особисті потреби людей, які, як відомо, неперервно змінюються і розвиваються.

Досліджуючи сутність потреб та їх розвиток, багато вчених відзначали, що людина від народження має потреби, які дані їй природою. П. В. Сімонов писав: "У момент свого народження людина вже має ряд потреб, її зустріч з явищами дійсності споконвічно має активно-зацікавлений характер, його сприйняття - вибіркового, його відношення до світу - упереджений". Подібне визначення трапляється і у відомого психолога А. Н. Леонтьєва: "Зрозуміло, що суб'єкт як індивід народжується наділений потребами". Аналізуючи історичний розвиток, Гегель приходить до висновку, що "...дія людей витікає з їх потреб, ...їх інтересів, і лише вони відіграють головну роль".

Що ж до визначення категорії "побутова послуга", то вона є ключовим моментом у правильному розумінні сутності побутового обслуговування населення як суспільно організованого економічного процесу. Тому слід розмежовувати визначення категорій "побутова послуга" і "побутове обслуговування населення", виходячи із призначення послуги і функціональності галузі.

"Побутове обслуговування населення, - стверджує О. В. Песоцька, - організована діяльність суб'єктів підприємницької діяльності пов'язана з наданням побутових послуг". Такого твердження дотримується В. Г. Кряжев, який дає таке визначення категорії: "До побутового обслуговування населення як галузі народного господарства належать підприємства, які надають переважно такі види послуг, необхідність яких виходить із сімейно-побутових потреб.

"Видом діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаним із задоволенням конкретної побутової потреби індивідуального замовлення є, як стверджує О. В. Песоцька, побутова послуга".

В. І. Дмитрієв у своє визначення побутової послуги поклав твердження К.Маркса, що споживання послуг - це споживання корисної дії конкретної праці: "це корисна дія, яка є результатом переважно виробничої праці, яка втілюється або в матеріально-речових предметах, або у вигляді певної діяльності, яка здійснюється в певних формах - ринковій і неринковій, тобто шляхом самообслуговування через домашнє господарство і спрямована на задоволення індивідуально виражених потреб людини, які обумовлені їх фізіологічними особливостями, способом повсякденного життя та інтелектом".

Для правильного визначення закономірностей і перспектив розвитку та задоволення потреб у побутових послугах досить важливою є їх класифікація.

Аналіз такої класифікації дозволить виявити особливості сфери побутового обслуговування і розробити рекомендації, які дозволять спрямувати її діяльність щодо підвищення рівня задоволення потреб населення у побутових послугах. Але перш ніж дати таку класифікацію, необхідно паралельно розглянути перелік побутових послуг, що надаються населенню.

Найбільша та найширша класифікація побутових послуг показана в галузевому класифікаторі ГК 201-01-2001 "Класифікація послуг і продукції у сфері побутового обслуговування" на основі їх однорідності з урахуванням кодів Державних класифікаторів України ДК 009-96 "Класифікація видів економічної діяльності" та ДК 016-97 "Державний класифікатор продукції і послуг", що розроблений в 2001 році, де класифікація побутових послуг подана по 25 групах, які, в свою чергу, включають поділ на підгрупи.

Виходячи з економічної неоднорідності і відношення до створення національного доходу, побутові послуги поділяються на матеріальні (виробничі) і нематеріальні (невиробничі).

У загальному обсязі реалізації і споживання населенням побутових послуг переважну частину складають матеріальні послуги (різні види ремонту, послуги, які пов'язані з підтримкою властивостей деяких споживчих вартостей, послуги із створенням нових споживчих вартостей, транспортні послуги тощо). Що стосується нематеріальних побутових послуг (послуги перукарень, бань,

саун і т.д.), то їх частка в загальному обсязі споживання населенням всіх побутових послуг становить 11 % [15, с.308].

Підтримуючи класифікацію побутових послуг на матеріальні та нематеріальні, Н. В. Гуков та З. І. Тангібердієва класифікують побутові послуги на три групи:

- послуги, які пов'язані із створенням нових споживчих вартостей (пошиття одягу, взуття, виготовлення меблів тощо);
- послуги, які спрямовані на підтримання стану споживчих вартостей (ремонт одягу, взуття, побутової техніки тощо);
- послуги, які не пов'язані із створенням або підтримкою споживчих вартостей (перукарні, бані, сауни тощо).

На три групи також поділяє побутові послуги М. Г. Розе:

- ремонтні роботи;
- виготовлення нових предметів;
- невиробничі послуги.

А.І. Кочерга визначає, що побутові послуги задовольняють різні сторони потреб людини й тому класифікує їх таким чином:

- побутові послуги спрямовані на виготовлення нових виробів за індивідуальним замовленням;
- побутові послуги спрямовані на ремонт та відтворення матеріальних благ;
- побутові послуги догляду за фізіологією людини.

За специфікою споживання М. Б. Росинський класифікує побутові послуги на чотири групи:

- ремонт і відтворення виробів (ремонт одягу, взуття, побутової техніки тощо);
- виготовлення нових виробів на замовлення населення (пошиття одягу, взуття, виготовлення меблів тощо);
- створення зручностей в побуті (прокат, бюро обслуговування тощо);
- обслуговування безпосередньо людей (перукарні, бані, сауни тощо).

Класифікація Н. В. Гукова, З. І. Тангібердієва, М. Б. Росинського та М. Г. Розе є доцільною, оскільки побутові послуги прокласифіковані, виходячи із загальних особливостей і закономірностей розвитку.

Класифікації побутових послуг є важливим засобом щодо поліпшення якості та задоволеності населення.

6.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання побутових послуг

Надання побутових послуг в Україні регламентують наступні документи:

1. Закон України "Про ліцензування первних видів господарської діяльності" від 01.06.2000 р. № 1775-III.
2. Податковий кодекс України ВР України від 02.12.2010 № 2755-VI.
3. Закон України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування і послуг" в редакції Закону України від 01.06.2000 р. № 1776-III.
4. Правила побутового обслуговування населення, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 р. № 313.
5. Галузевий класифікатор "Класифікація послуг і продукції в сфері побутового обслуговування" (ГК 201-01-2001), затверджений наказом Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України від 19.02.2002 р. № 51.
6. "Положення про форму і зміст розрахункових документів", затверджене наказом ДПАУ від 01.12.2000 р. № 614.
7. Закон України "Про затвердження переліку платних побутових послуг, на провадження діяльності з надання яких придбавається торговий патент" від 29.12.2010 р. №1258.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV
9. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 № 1023-XII.

10. Наказ Українського союзу об'єднань, підприємств і організацій побутового обслуговування населення “Про затвердження інструкцій щодо надання окремих видів побутових послуг” від 27 серпня 2000 року N 20.

6.3 Характеристика основних видів побутових послуг

Взагалі підприємствами побутового обслуговування надається понад 1000 окремих послуг. Звичайно ж, неможливо описати кожен з них, тому розглянемо основні, які найчастіше надаються споживачам.

Ремонт, фарбування та пошив взуття. Підприємства, які спеціалізуються на цьому виді послуг, виконують такі роботи:

- дрібний ремонт взуття: прошивка верху взуття; прикріплення пряжок, гудзиків, ремінців, гачків; подовження чи вкорочення ремінців; установлення набойок із шкіри, натурального каучуку або гуми; укріплення каблука; відновлення форми поверхні взуття; встановлення металевих прикрас;
- середній ремонт взуття: встановлення каблуків будь-якої форми, супінаторів; звуження та вкорочення халяв чобіт; встановлення застібки "блискавка"; заміна підошви; ремонт поламаних підошов з заміною супінаторів і встановленням старих каблуків;
- крупний ремонт взуття: перетяжка всіх видів взуття; оновлення взуття з повною заміною верху;
- ремонт гумового взуття: подовження чобіт; ремонт халяв; установлення набойок та підметок;
- оновлення всіх видів взуття;
- виготовлення супутніх виробів при ремонті взуття: устілок, шнурків, вкладинок картонних для зберігання взуття;
- індивідуальний пошив взуття: всі види модельного, звичайного взуття.

Ремонт та пошиття швейних, хутряних та шкіряних виробів, головних уборів, виробів текстильної галантереї

Сюди належать наступні послуги:

- ремонт пальто, плащів, піджаків, курток: виготовлення капюшонів, комірів; нашивка підкладки; зміна положення виточок; зміна ширини та довжини рукавів, виробу в цілому;

- ремонт деталей верхнього одягу: зміна гудзиків на "блискавку"; зміна довжини брюк; зміна фасону рукавів, поглиблення горловини виробу; подовження, вкорочення, звуження чи розширення виробу;

- ремонт білизни;

- ремонт хутряних виробів: виготовлення пристібної підкладки;

- ремонт головних уборів різноманітних фасонів;

- індивідуальний пошив всіх видів одягу та головних уборів.

Ремонт, пошиття та в'язання трикотажних виробів. Надаються такі послуги:

- ремонт панчішно-шкарпеткових виробів: підняття одного петельного стовпчика на виробих з різного виду текстилю; заміна зношених частин;

- ремонт рукавиць: надв'язка різних деталей;

- дрібний ремонт трикотажних виробів: підняття і закріплення опущених петель, вставка заплати методом "петля в петлю"; штопка; перекрій виробів;

- індивідуальний пошив і в'язка трикотажних виробів всіх видів та фасонів;

- додаткові послуги: прийом замовлень на дому та консультація художника-модельєра.

Ремонт та технічне обслуговування побутової радіотехніки, радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів. Включає в себе такий перелік послуг:

- ремонт та технічне обслуговування телевізорів та радіоапаратури на дому та в стаціонарній майстерні: визначення несправності; заміна кінескопів та інших деталей; інструктаж замовника; перевірка роботи техніки; настройка зображення та звуку; чистка від пилу головок магнітофона;

- установка нетипових деталей телевізорів та радіоапаратури;

- установка та ремонт різних видів індивідуальних антен;

- додаткові послуги: виклик майстра за межі міста; перевлаштування телевізора;

- ремонт побутових машин та приладів: холодильники, пылососи, пральні машини, швейні машини, електроventилятори та кондиціонери, полотери, кухонні комбайни, комп'ютери, електрочайники, рушніці, велосипеди, різні типи годинників, фотоапаратури;

Ремонт та виготовлення металовиробів

Сюди належать наступні послуги:

- ремонт та виготовлення ювелірних виробів: виготовлення різних видів ювелірних прикрас; гравірування, переплавка золота з однієї проби в іншу; ремонт запонок, ланцюжків, столових приборів, портсигарів, пудрениць; закріплення каміння на прикрасах;

- ремонт та виготовлення металовиробів різного призначення: виробів господарчого користування (посуд, м'ясорубки), металевих меблів (столи, стільці, ліжка), металоалантерії (вішалки, оправи для дзеркал, підсвічників) та інших металовиробів;

- ремонт різних видів музичних інструментів;

Ремонт та виготовлення меблів

Маємо такі послуги:

- виготовлення: щитів, полиць, ящиків, коробок, лавок, елементів м'яких меблів складання та ремонт різних видів меблів;

- видалення плям та ремонт покриттів;

обробка меблів різними лаками;

- установка та кріплення різних елементів меблів: дзеркал, скла, полиць, ручок та замків.

Хімічне чищення та фарбування, послуги пральні

- хімічна чистка виробів, що належать до пальтово-костюмної групи, легких суконь та сорочок;

- хімічна чистка різних видів одягу та виробів: шуби, куртки, краватки, дивани, портьєри, гобелени;

- хімічна чистка брезентових виробів з просоченням водовідштовхуючим розчином;
- обробка протимольним препаратом;
- фіксація складок одягу спеціальними хімікатами;
- додаткові послуги: видалення плям; термінове видалення плям та дрібна чистка в присутності замовника; антистатична обробка;
- фарбування різних видів одягу та тканин;
- послуги пралень: прання різних видів одягу та тканин;
- додаткові послуги пралень: прання в сітках; сушка та прасування білизни, ремонт білизни, крохмалення.

Будування житла та інших будівель, ремонтні роботи, догляд за житлом. Містить такий перелік послуг:

- ремонт та будівництво фундаменту, стін підвалів та зовнішніх стін: закладення ніш, отворів, наскрізних тріщин; пробивка ніш, борозд; розбирання стін; кладка стін; фігурна обшивка стін дошками;
- ремонт перекриттів, підлог, перегородок: підсилення балок перекриттів, перестилання підлог; перестановка перегородок, додавання перегородки для утеплення житла;
- ремонт та будівництво віконних та дверних отворів: встановлення та заміна вікон та дверей, встановлення вічка, замка; заповнення дверних отворів, вікон блоками;
- ремонт та будівництво даху, сходів, ганків, печей: заміна даху та окремих його частин, сходів; кладка печей, камінів, труб; влаштування даху, сходів;
- земляні, штукатурні, ліпні та лицевальні роботи: ремонт, оббивка штукатурки, фарбування різних поверхонь, здирання шпалер та підготовка стін до оклеювання; копання траншей, трамбування ґрунту, облицювання стін різними матеріалами;
- роботи з благоустрою, центрального опалення, водопроводу та каналізації: ремонт тротуарів, парканів; заміна сантехніки та комплектуючих; влаштування газонного паркану, садових лавочок, питних криниць, побутових лічильників;

- малярні, скляні та шпалерні роботи: фарбування фасадів, стін, стель різними видами фарб; оклейка стін шпалерами різного ступеня складності;
- електромонтажні та ізоляційні роботи: заміна електропроводки, кухонної електроплити, розеток; протикорозійна ізоляція трубопроводів; антисептування різних поверхонь;
- різні роботи: зведення балконів; переноска вантажів; вогнезахист дерев'яних конструкцій;
- газифікація: прокладка та ремонт газових мереж, встановлення газових приладів; переустаткування газових мереж; ремонт, заправка та доставка населенню газових балонів.

Технічне обслуговування та ремонт транспортних засобів. Підприємства цього виду побутового обслуговування надають такі послуги:

- ремонт вузлів та деталей двигунів; системи живлення та випуску газів, системи охолодження, зчеплення, коробки передач, карданного вала, переднього та заднього мосту, кермового управління, гальм, деталей кузова, вікон, дверей, сидінь;
- ремонт електроустаткування, радіоустаткування, опалення та вентиляції;
- зварочні роботи по ремонту транспортних засобів;
- станочні роботи;
- малярні роботи;
- технічне обслуговування легкових автомобілів;
- мийно-прибиральні, мастильно-заправочні роботи та фарбування;
- контрольно-діагностичні роботи: загальний контроль; перевірка герметичності з'єднань та систем; контроль та підтяжка кріплень;
- регулювальні та кріпильні роботи;
- послуги, що надаються критими та відкритими стоянками для автомобілів.

Послуги фотоательє, фото- та кіно лабораторій. Мають наступний перелік послуг:

- послуги фотоательє та фотостудій: виготовлення кольорових та чорно-білих фотографій; виготовлення миттєвих фотографій, віньєток та фотоальбомів;

- послуги фотолабораторій: проявлення та друк фотографій; збільшення зображень; консультації фотолюбителям;
- послуги кінолабораторій: зйомка фільмів; тиражування фільмів; монтаж фільму по бажанню замовника.

Транспортно-експедиційні послуги. Транспортні фірми пропонують такий набір послуг:

- транспортні послуги;
- послуги по доставці замовлень додому;
- вантажно-розвантажувальні роботи;
- зберігання вантажів на складах та стоянках;
- послуги камер схову та носіїв на вокзалах.

Послуги лазень та душових. Маємо такі послуги:

- миття в лазнях та душах;
- додаткові послуги: прокат супутніх товарів; басейн; масаж; водолікувальні процедури.

Перукарські послуги. Перукарні пропонують такі послуги:

- послуги чоловічого та жіночого залу: гоління; миття голови; стрижка; завивка; укладка; фіксування лаком; сушіння; фарбування волосся; освіження обличчя одеколоном; масаж голови;
- косметичні, манікюрні та педикюрні послуги перукарень чоловічого та жіночого залу; фарбування брів; масаж обличчя, послуги візажистів; манікюр; педикюр; покриття нігтів лаком; художній розпис нігтів;
- послуги по догляду за перуками, шиньйонами, косами;
- пастишерні роботи: виготовлення перук, шиньйонів, кіс, вій.

Послуги прокату. Сюди належать послуги прокату таких товарів:

- предметів культурно-побутового призначення: музичних інструментів, театральних біноклів;
- радіоапаратури, фото- та кіноапаратури;
- предметів спорту, туризму та ігор: палаток, велосипедів, водних лиж, ковзанів, катамаранів;

- електропобутових машин та приладів;
- весільних суконь та вечірніх нарядів.

Ритуальні та обрядові послуги містять такий перелік послуг:

- послуги при проведенні траурних обрядів;
- послуги, пов'язані з організацією та проведенням сімейних торжеств:

послуги музикантів; оформлення весільних машин; виконання різних доручень, пов'язаних з організацією торжеств; послуги повара, доставка та вручення новорічних подарунків казковими персонажами з привітанням.

6.4 Правила побутового обслуговування населення

Особливе місце у структурі господарювання посідає підприємництво у сфері побутових послуг. У всьому світі, зокрема і в Україні, постійно розширюють обсяги побутового обслуговування населення - організованої діяльності суб'єктів бізнесу, пов'язаної з наданням побутових послуг. Основним товаром у сфері побутового обслуговування є побутова послуга [12].

Побутова послуга - особлива споживча якість, яка задовольняє конкретну побутову потребу індивіда, групи тощо.

Відповідно до затверджених постановою Кабінету Міністрів України № 974 від 4 червня 1999 року "Правил побутового обслуговування населення", усі громадяни володіють однаковими правами на задоволення своїх потреб у цій сфері. Надання переваг будь-якому із них, прямі або непрямі обмеження у правах є недопустимими. Споживач має право на вільний вибір побутових послуг у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи підприємства побутового обслуговування, яке зобов'язане всіляко сприяти споживачеві у задоволенні його потреб. Заборонено примушувати споживача до придбання побутових послуг неналежної якості або непотрібних йому.

Підприємства побутового обслуговування зобов'язані забезпечити:

- надання послуг відповідно до "Правил побутового обслуговування населення", інших нормативно-правових актів та умов угоди зі споживачем;

- формування цін на побутові послуги відповідно до законодавства залежно від їх складності та якості;
- дотримання термінів виконання замовлення та належний рівень культури обслуговування;
- виконання гарантійних зобов'язань щодо виготовлення виробів і відремонтованих ними речей;
- надання споживачу повної, доступної та достовірної інформації про послуги, попередження його про незалежні від виконавця обставини, що можуть погіршувати споживчі властивості побутової послуги;
- збереження прийнятих від споживача для надання побутової послуги речей і матеріалів, а також використання їх за призначенням. У разі їх невикористання слід повернути їх покупцеві, а також, за бажанням замовника, повернути всі замінені за плату деталі та комплектуючі виробів;
- відшкодування збитків, заподіяних споживачу (замовнику) невиконанням або неналежним виконанням умов угоди, а також у разі втрати, псування чи пошкодження зі своєї вини речей та матеріалів, прийнятих від замовника для надання побутової послуги, у розмірах, передбачених угодою;
- виплату замовникові у разі порушення умов угоди неустойки (пені), якщо це зазначено в умовах угоди (виплата неустойки не звільняє підприємство побутового обслуговування від виконання замовлення).

У разі порушень правил побутового обслуговування населення суб'єкт підприємницької діяльності несе правову відповідальність.

Правила побутового обслуговування населення передбачають, що в процесі надання побутових послуг споживач зобов'язаний прийняти і оплатити їх вартість відповідно до умов угоди. У разі неотримання без поважних причин (зі своєї вини) побутової послуги (у встановлений угодою термін, з урахуванням обумовленого пільгового терміну) споживач відшкодовує підприємству побутового обслуговування вартість зберігання замовлення.

Споживач має право відмовитись від угоди про виконання робіт і надання побутових послуг, вимагати відшкодування збитків, якщо підприємство

побутового обслуговування своєчасно не береться до виконання угоди або виконує роботу настільки повільно, що закінчити її у встановлений термін стає неможливим. Якщо під час виконання робіт або надання (реалізації) побутових послуг стане очевидним, що їх не буде виконано згідно з умовами угоди, споживач має право призначити виконавцю відповідний термін для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги в обумовлений термін - розірвати угоду і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця.

Якщо виконавець (підприємство побутового обслуговування) відступив від умов угоди, що спричинило погіршення виконаної роботи (послуги), або допустив інші недоліки у виконаній роботі (послузі), споживач має право на свій вибір вимагати безоплатного усунення цих недоліків у відповідний термін, відшкодування засобами підприємства недоліків або відповідного зменшення винагороди за роботу (послугу). За наявності в побутових послугах істотних відхилень від умов угоди або інших суттєвих недоліків споживач має право вимагати розірвання угоди та відшкодування збитків. Якщо істотні відхилення від умов угоди або інші суттєві недоліки були виявлені в побутовій послuzі, виконаній з матеріалу споживача, він має право вимагати на свій вибір або виконання її з такого самого матеріалу, або розірвання угоди й відшкодування збитків.

Згідно з чинним законодавством, підприємство побутового обслуговування, що не виконує або неналежно виконує зобов'язання, сплачує споживачеві неустойку (штраф, пеню).

Неустойка - сума штрафу, яку боржник (виконавець) має сплатити кредитор (замовнику) в разі неналежного виконання ним договірних зобов'язань або зобов'язань, що випливають із законів.

Сплата виконавцем неустойки в разі прострочення або іншого неналежного виконання зобов'язання не звільняє його від подальшого виконання побутової послуги. Проте виконавець не несе відповідальності за недоліки у виконаних роботах або наданих послугах, якщо доведено, що вони

виникли з вини споживача. Про відхилення від умов договору та інші недоліки в послугі, які не могли бути виявлені за звичайного способу її прийняття, споживач зобов'язаний повідомити підприємство побутового обслуговування не пізніше 3 діб після їх виявлення. Вимоги замовника підлягають задоволенню в разі виявлення недоліків протягом установлених договором гарантійного чи інших термінів. Підприємство побутового обслуговування зобов'язане протягом місяця відшкодувати збитки, що виникли у зв'язку з втратою, псуванням чи пошкодженням речі, прийнятої ним від споживача для надання побутової послуги.

6.5 Порядок оформлення і замовлення побутових послуг

Суб'єкти підприємницької діяльності у сфері побутових послуг отримують право на здійснення робіт із побутового обслуговування населення після їх державної реєстрації, а також в передбачених законодавством випадках - за наявності торгового патенту і спеціального дозволу (ліцензії). Побутові послуги надаються споживачам згідно з угодами, документальним підтвердженням яких є такі документи: укладений за типовою формою, затвердженою Укрсоюзсервісом, договір, квитанція, касовий чек, товарний чек, квиток установленої форми. Права, обов'язки, відповідальність підприємства побутового обслуговування і споживача, передбачені "Правилами побутового обслуговування населення", діють із моменту укладення угоди про надання побутової послуги.

У приміщенні, де відбувається приймання і видавання замовлень, на видному та доступному для споживача місці повинні бути розміщені: "Правила побутового обслуговування населення"; витяг із Закону України "Про захист прав споживачів", у якому йдеться про надання послуг; повна назва підприємства побутового обслуговування, його адреса, номери телефонів, прізвище, ім'я та по батькові керівника (власника); перелік побутових послуг, які надає підприємство; копії свідоцтв про державну реєстрацію, сертифікатів відповідності на послуги, які підлягають обов'язковій сертифікації, а також

копії торгових (спеціальних торгових) патентів, спеціальних дозволів (ліцензій) за видами послуг, які підлягають патентуванню, ліцензуванню; зразки матеріалів і затверджених в установленому порядку виробів; ціни і тарифи на послуги, матеріали та вироби; перелік нормативно-технічних документів, вимогам яких повинні відповідати послуги; гарантійні зобов'язання виконавця послуг; інформація про працівників, які обслуговують споживачів, номери телефонів місцевих органів влади, територіальних органів Держспоживзахисту, перелік категорій громадян, які користуються пільгами в отриманні побутових послуг; книга скарг і пропозицій.

Кожному виду побутових послуг притаманні певні особливості їх приймання, оформлення, виконання та видавання замовлень, обумовлені відповідними інструкціями Українського союзу об'єднань, підприємств і організацій побутового обслуговування населення: "Інструкція щодо надання послуг із хімічної чистки та фарбування (перекрасування) виробів", "Інструкція щодо надання послуг з ремонту і пошиття швейних і хутряних виробів, виробів зі шкіри, головних уборів", "Інструкція щодо надання послуг з ремонту побутових машин і приладів, ремонту і виготовлення металовиробів", "Інструкція щодо надання послуг з ремонту і виготовлення ювелірних виробів та інших виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння", "Інструкція щодо надання послуг з ремонту і пошиття взуття", "Інструкція щодо надання послуг з ремонту, пошиття і в'язання трикотажних виробів", "Інструкція щодо надання послуг лазень і душів", "Інструкція щодо надання послуг з прання білизни" тощо.

6.6 Виконання замовлень і реалізація побутових послуг

Суб'єкти бізнесу, що надають побутові послуги, для здійснення своєї діяльності залежно від специфіки послуг повинні мати окремі приміщення (будівлі, павільйони, кіоски, пересувні майстерні та приймальні пункти), спеціально обладнані відповідним устаткуванням. Підприємство побутового обслуговування самостійно створює і розвиває матеріально-технічну базу:

забезпечує наявність обладнання, устаткування для надання (реалізації) побутових послуг, а також відповідність виробничих приміщень, будівель, робочих місць, де здійснює свою діяльність, екологічним і санітарно-гігієнічним вимогам, вимогам нормативно-правових актів із питань охорони праці; дбає про необхідний рівень кваліфікації зайнятих обслуговуванням населення працівників.

На фасаді приміщення підприємства побутового обслуговування повинні бути зазначені державною мовою його назва, найменування власника або уповноваженого ним органу, режим роботи. У разі закриття приміщення для проведення ремонту, переобладнання тощо суб'єкт господарювання повинен попередити про це споживачів, розмістивши поряд із табличкою про режим роботи інформацію про дату й термін закриття.

Терміни виконання замовлення підприємство побутового обслуговування узгоджує зі споживачем і зазначає у договорі (квитанції). Тоді ж доцільно визначити трудомісткість (норму часу) виконання побутової послуги на основі розроблених суб'єктами підприємницької діяльності норм часу з урахуванням місцевих умов надання послуг.

Норма часу - оптимальні витрати часу, встановлені на виконання одиниці послуги (роботи).

При виконанні послуги вдома у споживача до норми завершального часу включають середній час на проїзд до замовника. Підготовчо-завершальний час витрачається на підготовку до виконання послуги (роботи) і дії, пов'язані з її закінченням; оперативний час - час, необхідний безпосередньо на виконання послуги; час на обслуговування робочого місця - час, необхідний на підтримання робочого місця в належному для роботи стані; перерви на відпочинок і особисті потреби - регламентовані перерви для забезпечення нормальної працездатності працівника. Норму часу (T_n) на виконання одиниці послуги (робіт) розраховують за формулою: Норму часу (T'') на виконання одиниці послуги (робіт) розраховують за формулою:

$$T_n = T_o - T_{пз} + T_{рм} - T_{воп} - T_{пр} \quad (6.1)$$

де T_o – оперативний час на виконання послуги

$T_{пз}$ – підготовчо-завершальний час

$T_{рм}$ – час на обслуговування робочого місця

$T_{воп}$ – час на відпочинок і особисті потреби

$T_{пр}$ – час на проїзд до замовника

Витрати часу на підготовчо-завершальні роботи, обслуговування робочого місця, на відпочинок й особисті потреби ($T_{пз}$, $T_{рм}$, $T_{воп}$), зазвичай становлять 12-15% оперативного часу.

У практиці розрахунків норм часу та виконання послуги можуть бути використані такі формули

а) при виконанні послуги в стаціонарних умовах

$$T_{п} = 1,15 T_o \quad (6.2)$$

б) при виконанні послуги вдома у замовника

$$T_{п} = 1,12 T_o T_{пр} \quad (6.3)$$

Час проїзду до замовника ($T_{пр}$) визначають на основі середніх фактичних витрат (загалом становить 20-30 хв. на замовлення).

Для з'ясування оперативного часу на виконання послуги можуть бути використані такі методи:

а) аналітико-розрахунковий метод (роботи за видами послуг поділяють на типові операції, тобто елементи оперативного часу, і розраховують витрати часу на їх виконання за допомогою типових або місцевих нормативів);

б) аналітико-дослідний метод (витрати часу на типові операції або на певний вид послуг визначають шляхом хронометражних спостережень за тривалістю їх виконання на робочих місцях);

в) дослідно-статистичний метод (витрати часу на послуги визначають на основі практичного досвіду та систематизації даних про фактичні витрати часу на конкретну або аналогічну їй послугу).

Розраховані норми часу на виконання побутових послуг після апробації та уточнення затверджує керівник господарюючого суб'єкта.

Виконання побутової послуги повинно відбуватися відповідно до замовлення, чинних стандартів і технологічних процесів (інструкцій).

Попри певні загальні закономірності, надання різних видів послуг має і специфічні особливості.

Надання послуг із ремонту побутової радіоелектронної апаратури. У виконавця ремонтують телевізійні приймачі, місце установки яких знаходиться поза межами зони впевненого приймання телевізійного сигналу, телевізійні приймачі з розміром по діагоналі до 42 см, відеомагнітофони, відеокамери, музичні центри, портативну радіоапаратуру, автомобільні радіоприймачі та магнітоли. Надані замовником складові, блоки, вузли і комплектувальні вироби підлягають перевірці на їх відповідність вимогам нормативних документів.

Надання послуг із ремонту і виготовлення меблів. Ця робота відбувається на підставі зразків і переліку послуг, затверджених виконавцем, а також діючих стандартів і технологічних процесів (інструкцій).

Виготовлення або ремонт меблів може бути виконане як з матеріалів виконавця, так і з матеріалів замовника. У разі виконання замовлення на збирання придбаних у торговельній мережі меблів вдома у замовника виконавець спершу повинен перевірити якість, наявність комплектуючих виробів згідно з документацією (паспортом, інструкцією). У разі виявлення браку він повинен повідомити про це замовника.

Надання фотопослуг. Здійснюється за зразками фотовідбитків, переліком послуг і затвердженими виконавцем цінами.

Фотовідбитки і проявлена плівка мають бути видані замовнику в пакеті з відповідно заповненими реквізитами виконавця, який є також гарантійним документом, із зазначенням дати видавання замовлення. Фотовідбитки на документи видають замовнику блоком.

Надання послуг хімічного чищення і фарбування виробів. При виконанні послуг з хімічного чищення та фарбування виробів хімічні препарати

і види оброблення повинні відповідати зазначеним символам, вимогам догляду за виробом.

Надання послуг лазень, душів і саун. Надання цих послуг може відбуватися комплексно або відповідно до спеціалізації суб'єкта бізнесу. Приміщення виконавця повинні відповідати санітарним вимогам утримання лазень¹. Відповідно до спеціалізації підприємства мусять мати впорядковані спеціальні приміщення для очікування та відпочинку, комфортні меблі і сучасне обладнання, надавати обов'язковий мінімум супутніх послуг. Важливою умовою є забезпечення високої професійної етики обслуговування (культура мови, доброзичливе ставлення до відвідувачів, професійна грамотність, ознайомлення споживача з вимогами нормативних документів, які стосуються цих послуг).

У процесі виконання замовлення споживач має право частково змінювати його. Виконавець може погодитися зі змінами за умови, що виконання їх технічно і технологічно можливе. Якщо зміни впливають на вартість послуги, вони повинні бути оформлені документально і враховані під час остаточного розрахунку за цінами, що діяли на час внесення змін. Підприємство побутового обслуговування може відмовитись від виконання побутової послуги, якщо споживач, незважаючи на своєчасне та обґрунтоване попередження, у відповідний термін не замінить свої недоброякісні або непридатні матеріали, не змінить настанов про спосіб виконання послуги.

Підставою для одержання замовлення (побутової послуги) є пред'явлений касовий (товарний) чек, договір, квитанція чи квиток. У разі втрати документа, що гарантує право на отримання замовлення, споживач може отримати замовлення за письмовою заявою, подавши документ, що засвідчує його особу.

Відремонтовані побутові машини і прилади видають замовнику після перевірки в його присутності їх працездатності в обсязі, передбаченому замовленням. Вироби видають з пломбою виконавця, якщо це передбачено нормативною документацією. Обов'язковим є гарантійний документ, у якому зазначають дату видавання замовлення. У разі заміни під час ремонту

комплектувальних виробів, які мають гарантійні зобов'язання їх виробника, замовнику видають документ, який засвідчує наявність таких зобов'язань. Одночасно поновлюється право споживача на гарантійне обслуговування, якщо воно передбачене нормативно-технічними документами на виконання цього виду побутових послуг. У період гарантійного терміну дефекти, що виникли з вини підприємства побутового обслуговування, усуваються ним безкоштовно.

За неявки споживача за отриманням виробу підприємство побутового обслуговування має право через шість місяців після встановленого угодою терміну виконання побутової послуги і після дворазового письмового нагадування (з повідомленням) реалізувати виріб в установленому порядку. До того ж кошти, отримані від реалізації, за вирахуванням суми, яка належить підприємству побутового обслуговування (зокрема витрат на повідомлення споживачу про виконання замовлення, його зберігання та реалізацію), вносять на депозит нотаріальної контори на ім'я замовника.

6.7 Експертне оцінювання якості побутових послуг

Досягненню й утриманню підприємством лідируючих позицій на ринку сприяють постійне експертне оцінювання побутових послуг.

Експертне оцінювання побутових послуг - сукупність операцій з вибору комплексних або одиничних характеристик послуг (робіт, виробів) щодо визначення їх справжніх значень, підтвердження експертами їх відповідності встановленим вимогам і товарній інформації.

Передумовою експертних оцінювань побутових послуг є їхня експертиза - дослідження будь-яких питань, вирішення яких потребує спеціальних знань, із представленням мотивованого висновку. Як специфічний вид діяльності щодо аналізу і оцінювання якості послуг експертиза вимагає застосування експертних методів на основі спеціальних досліджень, врахування їхніх результатів. Основними компонентами експертизи послуг є:

а) суб'єкт експертизи побутових послуг. Ним є експерт - висококваліфікований, спеціально підготовлений спеціаліст, який оцінює якість послуг;

б) об'єкт експертизи побутових послуг - споживчі властивості виробів або робіт, що виявляються у процесі взаємодії з покупцем у момент споживання;

в) критерії експертизи послуг - споживчі властивості послуг, що використовуються під час їх аналізу й оцінювання. Серед них розрізняють загальні (існуючі в суспільстві цінності, норми, уявлення, керуючись якими експерти роблять висновки про споживчі властивості послуг) і конкретні (реальні вимоги до якості певного виду послуг, зафіксовані у нормативно-технічних документах, а також сукупність базових значень показників, котрі характеризують якість послуг, робіт, виробу) критерії. Залежно від цілей експертизи або показників, що аналізуються, експерти можуть використовувати один або кілька критеріїв.

г) методи проведення експертизи споживчих властивостей послуг - способи дослідження якісних характеристик послуг, їх групують з урахуванням таких класифікаційних ознак, як відмінності, обумовлені специфікою об'єкта експертизи на стадіях його розроблення (технологія надання, технічне завдання, проект, дослідний взірець) та експлуатації (засоби праці, предмет споживання) і відмінності, обумовлені особливостями підходу спеціалістів до розв'язання завдань і використовуваними при цьому засобами (комплексні, оперативні, експертні, соціологічні, розрахунково-інструментальні методи).

Провідним є експертний метод.

Основні етапи проведення експертизи побутових послуг

Традиційно основними етапами експертизи побутових послуг є: аналіз з метою забезпечення експертів необхідною інформацією про якість побутової послуги для винесення ними оцінних суджень; оцінювання, засноване на результатах аналізу організації і технології надання послуг (містить характеристику споживчого рівня якості послуги та її обґрунтування).

У процесі експертизи якості послуг здебільшого використовують комплексну та оперативну експертизу на всіх етапах їх надання.

Комплексна експертиза якості побутових послуг має на меті всебічне вивчення та оцінювання якості груп однотипних послуг, які надають серійно для масового споживання (ремонт взуття, швейних, хутряних, трикотажних, шкіряних виробів, побутових машин і приладів; ремонт і виготовлення меблів), її завдання орієнтують експертів на системний, комплексний підхід до аналізу об'єкта оцінювання, тобто на розгляд його з огляду на різноманітні потреби споживача й особливості його предметного оточення. У процесі експертизи формують критерії оцінювання, обирають базові послуги (роботи, взірці) та показники якості. Завдяки цьому комплексна експертиза дає змогу отримати не тільки науковий, пізнавальний, а й методичний і нормативний матеріали, необхідні для проведення інших видів експертизи.

Оперативна експертиза якості побутових послуг ґрунтується на результатах комплексних експертиз, що дає змогу експертам скоротити строки експертних робіт, дотримуючись необхідної глибини та обґрунтованості експертних висновків. Особливістю оперативної експертизи є проведення її як на основних стадіях розроблення технології надання нових різновидів послуг (технічне завдання, проектно-конструкторська документація, дослідний зразок), так і в процесі масового випуску і споживання послуг. Часто вона полягає в атестуванні підприємств побутового обслуговування за категоріями.

Ця експертиза, зазвичай, передбачає використання (за можливості) завчасно зібраних даних про конкретні побутові послуги, їх споживачів, умови набуття і споживання, а також результатів попередніх досліджень тощо; скорочення строків проведення; винесення колективного судження експертів про споживчий рівень якості послуг і сервісне обслуговування.

Види експертизи побутових послуг

Будь-яка послуга наділена різноманітними споживчими характеристиками, завдяки яким вона стає потрібною споживачам. Для

з'ясування цих і багатьох інших якостей побутових послуг використовують екологічну, економічну, технологічну, судово-правову експертизи (рис.6.1).

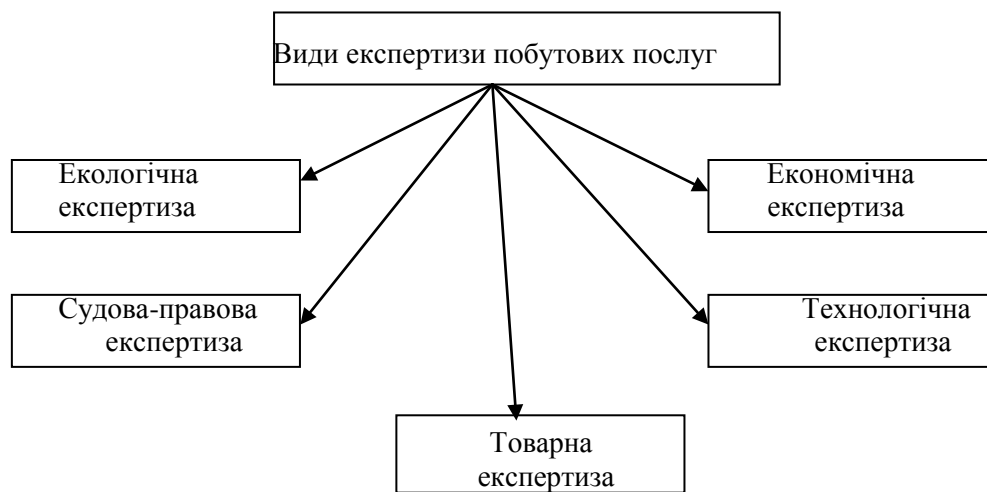


Рис. 6.1. Види експертизи побутових послуг

Екологічна експертиза побутових послуг. Екологічні показники якості побутової послуги охоплюють групи даних, які відображають особливості її впливу на природне і предметно-просторове середовище. Для з'ясування цього проводять екологічну експертизу товару, яка, використовуючи різноманітні методи аналізу, завершується висновками, наскільки екологічно безпечним є споживання послуги, і супутні йому операції.

Екологічна експертиза сприяє формуванню оптимальних рішень і своєчасному внесенню необхідних змін, спрямованих на поліпшення технології надання послуг і сервісного обслуговування споживачів.

Економічна експертиза побутових послуг. Завдання її полягає в дослідженні експертом на основі спеціальних знань у сфері економіки стану та обставин, що виникають у правових відносинах суб'єкта бізнесу і клієнта. Ґрунтується вона на економічному та інших методах аналізу, покликаних розкрити причини конфліктних ситуацій в господарських операціях, у технології надання (реалізації) послуг щодо їх якості, а також стосовно економічної діяльності підприємства побутового обслуговування. До

економічної експертизи вдаються при розгляді справ про фальсифікацію послуг, виконання плану надання послуг за їх видами, встановлення собівартості та ін. Крім того, економічна експертиза досліджує застосування технологічних норм і нормативів, встановлених керівництвом підприємства побутового обслуговування, зважаючи на те, наскільки ці нормативи відповідають рівню науково-технічного розвитку галузі, сприяють економічному розвитку підприємства та задоволенню попиту населення.

Технологічна експертиза побутових послуг. Метою її є дослідження організації і технології надання послуг; виготовлення виробів (для матеріальних послуг); відповідності послуг (робіт, виробів) технологічним режимам і нормативам у кількісному та якісному вимірах. Крім того, особливу увагу вона звертає на використання матеріалів, послідовність технологічних процесів, методи їх виконання, визначає вмотивованість вибору обладнання, пристроїв, моделей, інструменту, розміщення виробничих потужностей та ін. Технологічній експертизі підлягають матеріали, речі, вироби, комплектувальні матеріали, які використовують у процесі надання послуг.

Судово-правова експертиза побутових послуг. Здійснюють її експерти в передбаченому процесуальним законодавством порядку для встановлення за матеріалами кримінальної або цивільної справи фактичних даних та обставин. Підставами для неї можуть бути спеціальні постанови господарського суду, прокурора щодо вивчення споживчих та інших властивостей послуг. Етапами проведення судово-правової експертизи є: проведення експертами досліджень за спеціальними правилами споживчих властивостей побутових послуг; надання суду звіту про результати дослідження; подання висновку про виявлені внаслідок дослідження порушення у забезпеченні споживчих властивостей послуг.

Товарна експертиза. Вона полягає в оцінюванні експертом основних характеристик побутових послуг, а також їх змін у процесі надання (реалізації). Об'єктами її, переважно, є матеріальні побутові послуги або послуги, які мають матеріальне підтвердження (ремонт і технічне обслуговування транспортних

засобів, які належать громадянам; ремонт і будівництво житла; індивідуальне пошиття одягу). У процесі товарної експертизи з'ясовують:

- відповідність товарних якостей державним стандартам, умовам договору між підприємством побутового обслуговування та покупцем;
- сортність виробу, яка могла зазнати змін (знижитися) у процесі виробництва, ремонту і транспортування;
- відповідність якості комплектувальних матеріалів договірній ціні;
- розміри природних втрат;
- причини браку виробів.

Товарна експертиза послуг застосовує органолептичні (оцінювання якості послуг з використанням органів чуття) і документальні методи. Оглядаючи вироби (виконані роботи), експерт звертає увагу на дефекти, які виявились у процесі експлуатації, на відповідність виданих підприємством побутового обслуговування гарантій. Класифікують товарну експертизу за видами, з урахуванням вимог до експертного оцінювання (рис. 6.2).

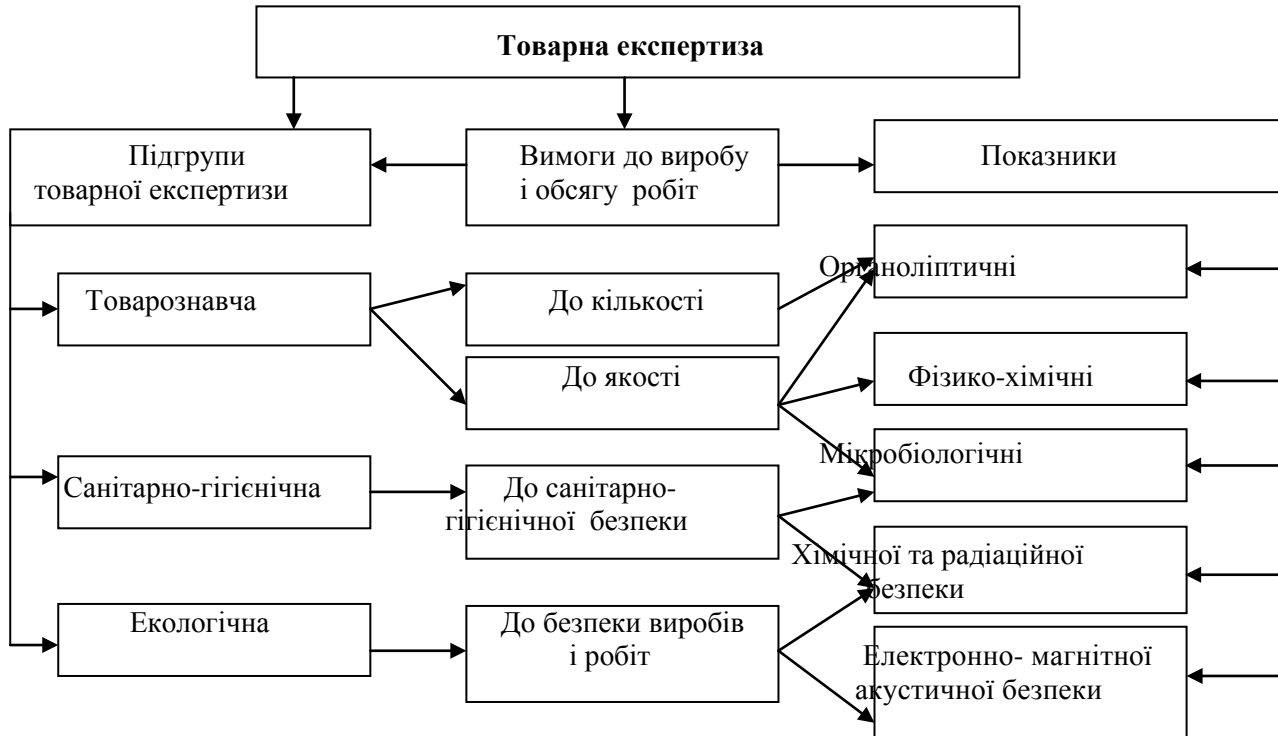


Рис. 6.2. Класифікація товарної експертизи побутових послуг залежно від вимог до виробу та обсягу робіт

За організаційними ознаками експертизу побутових послуг поділяють на такі підвиди:

а) первинна експертиза. Під час її проведення експерти вперше знайомляться з об'єктом дослідження (побутовою послугою). Організують її на замовлення зацікавленої організації;

б) повторна експертиза. Вдаються до неї у разі непогодження однієї із зацікавлених сторін з результатами первинної експертизи. Здійснює її новий склад експертів, а також експерти-учасники первинної експертизи за відсутності заперечень зацікавлених сторін. Якщо результати повторної і первинної експертиз аналогічні, вони вважаються остаточними;

в) додаткова експертиза. Завданням її є виявлення додаткової інформації з метою прийняття остаточного рішення. Вона не повторює, а доповнює первинну експертизу;

г) контрольна експертиза. Організують її з метою перевірки достовірності та обґрунтування результатів первинної, додаткової та повторної експертиз. Вона може бути плановою і позаплановою. Підставами для неї бувають виявлення недостовірних результатів попередніх експертиз внаслідок необ'єктивності експертів або подання замовником недостатньої чи спотвореної інформації;

д) комплексна експертиза. Скерована на досягнення комплексної оцінки, охоплює всі або більшість основоположних характеристик побутових послуг. У процесі її проведення до складу експертних груп залучають спеціалістів із суміжних галузей знань. Передумовою для проведення комплексної експертизи є відсутність товарів-аналогів, що спричиняє необхідність всебічного оцінювання послуг. Крім того, її проводять за високої міри ризику для споживачів і навколишнього середовища, котрі можуть виникнути при споживанні послуг у конкретних ситуаціях.

У процесі проведення експертизи побутових послуг експерти повинні керуватись такими принципами:

- принцип об'єктивності (орієнтує на попередження, усунення суб'єктивізму під час проведення експертних оцінювань);
- принцип незалежності (на ньому ґрунтується об'єктивність експертів, які повинні бути відмежованими від будь-яких зацікавлених в експертизі сторін: підприємства побутового обслуговування, споживачів);
- компетентність експертизи (забезпечується підготовленістю експертів у певній галузі знань і досвідом роботи у сфері послуг);
- принцип системного підходу (отримані внаслідок експертизи дані мають бути згруповані, систематизовані, що необхідно для формування об'єктивних висновків);
- принцип ефективності (результати експертизи повинні сприяти раціональному використанню послуг, організації оптимальної технології їх надання, скороченню витрат матеріалів, електроенергії, праці);
- принцип безпечності побутових послуг (зобов'язує експертів враховувати шкоду, яку завдають або можуть завдати послуги життю, здоров'ю, майну споживачів, навколишньому середовищу).

Питання для самоперевірки

1. У чому полягають суть і значення побутового обслуговування населення?
2. Проаналізуйте основні права та обов'язки підприємств побутового обслуговування.
3. Які існують види правової відповідальності підприємств побутового обслуговування? Охарактеризуйте їх.
4. У чому полягають найхарактерніші особливості прав та обов'язків споживачів у процесі придбання побутової послуги?
5. Визначте специфічні особливості діяльності підприємств побутового обслуговування.
6. Проаналізуйте нормативні акти, які забезпечують процес надання (реалізації) побутових послуг.

7. З якими ризиками пов'язаний прийом замовлень на підприємствах побутового обслуговування населення?

8. Розкрийте порядок анулювання замовлень на надання побутових послуг.

9. На яких засадах ґрунтуються організаційні вимоги до надання (реалізації) побутових послуг?

10. Які особливості притаманні виконанню замовлень на побутові послуги?

11. Визначте складові Куточка споживача.

12. Надайте класифікацію побутових послуг за видами робіт.

13. Наведіть структуру норми часу на виконання побутової послуги

14. Як визначають норми часу: при наданні послуги в стаціонарних умовах та при наданні вдома у замовника?

15. Які методи використовують для визначення оперативного часу на виконання послуги?

16. Визначте обов'язки виконавця побутових послуг згідно з Постановою Кабінету Міністрів України "Про внесення змін до правил побутового обслуговування населення" від 4 червня 1999 р. №974.

17. Які права має виконавець побутової послуги?

18. За що несе відповідальність виконавець побутової послуги?

19. Які основні права споживача у сфері побутового обслуговування?

20. Що таке експертне оцінювання побутових послуг?

ТЕМА 7. ПОСЛУГИ ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

План

7.1 Послуги пасажирського транспорту, їхня структура та значення для населення.

7.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання транспортних послуг

7.3 Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту: залізничного, річкового, морського, повітряного, автомобільного.

7.3.1 Послуги з пасажирських перевезень залізничним транспортом

7.3.2 Послуги з пасажирських перевезень автомобільним транспортом

7.4 Показники якості транспортної послуги.

7.1 Послуги пасажирського транспорту, їхня структура та значення для населення

Транспорт - одна з найважливіших галузей суспільного виробництва. Він покликаний задовольняти потреби населення та суспільного виробництва у перевезеннях.

Транспортні послуги - це послуги по перевезенню пасажирів та їх багажу, а також надання інших послуг під час перебування у вокзалах, вагонах, на проміжних зупинках і кінцевих пунктах маршрутів.

Надання послуг пасажирського транспорту – це перевезення пасажирів та їх багажу, а також надання інших послуг під час перебування пасажирів у вагонах та на проміжних зупинках і в кінцевих пунктах маршрутів.

Розвиток і вдосконалення транспорту здійснюються відповідно до національної програми з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою.

Єдину транспортну систему України становлять: транспорт загального користування (залізничний, морський, річковий, автомобільний і авіаційний, а також міський електротранспорт, у тому числі метрополітен); промисловий

залізничний транспорт; відомчий транспорт; трубопровідний транспорт; шляхи сполучення загального користування.

Єдина транспортна система повинна відповідати вимогам суспільного виробництва та національної безпеки, мати розгалужену інфраструктуру для надання всього комплексу транспортних послуг, зокрема для складування і технологічної підготовки вантажів до транспортування, забезпечувати зовнішньоекономічні зв'язки України.

Підприємства транспорту надають у своїй діяльності основні й додаткові послуги.

Основні послуги транспортних підприємств охоплюють внутрішні й міжнародні перевезення пасажирів, багажу і вантажів; збереження вантажів і багажу з часу їх прийняття для перевезення і до моменту видання одержувачам, якщо інше не передбачено договором; забезпечення надійності перевезень.

Додаткові послуги транспортних підприємств стосуються обслуговування пасажирів під час довготривалих перевезень доброякісною питною водою, харчуванням, задоволення інших біологічних потреб; надання умов для відпочинку і сну; бронювання квитків; сезонних знижок цін на послуги перевезення; організації індивідуальних рейсових маршрутів, чартерних рейсів; пільгового перевезення окремих категорій громадян; спеціальної охорони вантажів і багажу під час перевезень; охорони громадського порядку, особистої безпеки громадян, захисту їхніх прав, свобод і законних інтересів, запобігання і припинення правопорушень, виявлення і розкриття злочинів, розшук осіб, які їх вчинили, захисту власності від злочинних посягань під час перевезень; забезпечення культури обслуговування пасажирів; реалізація книг, періодичних видань тощо.

Послуги залізничного транспорту. Залізничний транспорт - одна з важливих базових галузей економіки України, що забезпечує її внутрішні та зовнішні транспортно-економічні зв'язки і потреби населення у перевезеннях. Діяльність залізничного транспорту як частини єдиної транспортної системи країни сприяє нормальному функціонуванню всіх галузей суспільного

виробництва, соціальному й економічному розвитку та зміцненню обороноздатності держави, міжнародному співробітництву України.

Залізниці у взаємодії з іншими видами транспорту своєчасно і якісно здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, забезпечують безпеку руху, розвивають сферу транспортного обслуговування народного господарства та населення.

До складу залізничного транспорту належать підприємства, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, рухомий склад, залізничні шляхи сполучення, а також промислові, будівельні, торговельні й постачальницькі підприємства, навчальні заклади, дитячі дошкільні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури і спорту, культури, науково-дослідні, проектно-конструкторські організації, підприємства промислового залізничного транспорту та інші підприємства, установи та організації, що забезпечують його діяльність і розвиток. Залізничний транспорт є регулярним універсальним за функціонуванням, забезпечує порівняно високу швидкість перевезень пасажирів на далекі відстані. Крім того, собівартість його є досить низькою.

Перевезення населення залізницею поділяють на перевезення місцевого сполучення; прямого внутрішнього сполучення; прямого змішаного сполучення. За територіальною ознакою розрізняють такі перевезення: внутрішні і міжнародні; за швидкістю - перевезення з великою (прискореною) і малою швидкістю.

Пасажирів, багаж, вантажобагаж перевозять залізничним транспортом загального користування на договірних засадах. Для цього використовують спеціалізований рухомий склад, організовуючи його роботу за графіком і в спеціальному режимі руху. Залізничний склад переважно об'єднує 12-20 пасажирських вагонів, 2-3 вагони-ресторани, іноді - вагон-клуб.

Послуги водного (морського, річкового) транспорту. Морський транспорт об'єднує підприємства, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, порти і пристані, судна, судноремонтні заводи, морські шляхи

сполучення, а також підприємства зв'язку, промислові, торговельні, будівельні і постачальницькі підприємства, навчальні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури, науково-дослідні, проектно-конструкторські організації та інші підприємства, установи та організації, що забезпечують його роботу.

До річкового транспорту належать підприємства, що здійснюють перевезення внутрішніми водами пасажирів і вантажів, порти і пристані, судна, суднобудівно-судноремонтні заводи, ремонтно-експлуатаційні бази, підприємства шляхового господарства, а також підприємства зв'язку, промислові, торговельні, будівельні та постачальницькі підприємства, навчальні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури та спорту, культури, проектно-конструкторські організації та інші підприємства, установи і організації, що забезпечують його роботу. Залежно від спеціалізації він здійснює масові перевезення пасажирів і багажу внутрішніми водними артеріями і морськими маршрутами. Цей вид повільний і менш регулярний.

Перевезення пасажирів внутрішніми водними артеріями забезпечує спеціалізований річковий транспорт (в окремих випадках - річка-море) комфортабельними теплоходами, що вміщують 250, 300, 400 пасажирів в одномісних, двомісних, трьох-чотирьохмісних і сімейних каютах. Теплоходи цього класу є комфортними: м'які вигідні меблі в каютах, кондиціонери, холодильники, міні-бари. Пасажири мають змогу користуватися послугами соляріїв, ресторанів, барів, саун, музичних салонів, відеокінозалів.

На морських, переважно міжнародних, лініях працюють багатопалубні висококомфортабельні круїзні судна, що вміщують від 96 до 788 пасажирів. Крім атрибутів комфорту, які є на теплоходах, що працюють у внутрішніх водах, вони обладнані сучасними системами зв'язку, мають бізнес-класи, ліфти, спортивні комплекси. Такі судна приймають на борт пасажирів із автомобілями.

Послуги водного транспорту надають також із використанням річкових "трамваїв", яхт, підводних човнів, байдарок, плотів та ін.

Послуги повітряного транспорту. Структуру авіаційного транспорту утворюють підприємства, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, аерофотозйомки, сільськогосподарські роботи, а також аеропорти, аеродроми, аероклуби, транспортні засоби, системи управління повітряним рухом, навчальні заклади, ремонтні заводи цивільної авіації та інші підприємства, установи та організації, що забезпечують його роботу. Зазвичай, повітряний транспорт перевозить пасажирів на великі відстані і в стислі терміни чартерними, рейсовими літаками, гелікоптерами. Однак такі перевезення мають високу собівартість. Залежно від кількості наданих послуг, рівня комфорту, харчування та інших факторів місця в літаках можуть бути першого класу (Р); бізнес-класу (С); економічного класу (У) та ін.

Авіаційні перевезення пасажирів відбуваються на регулярній, сезонній та разовій основі.

Послуги автомобільного транспорту. Цей вид транспорту об'єднують підприємства, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, авторемонтні і шиноремонтні підприємства, рухомий склад, транспортно-експедиційні підприємства, а також автовокзали і автостанції, навчальні заклади, ремонтно-будівельні організації та соціально-побутові заклади, інші підприємства, установи та організації, що забезпечують його роботу. Автомобільний транспорт найдоступніший, високоманевровий, мобільний, забезпечує порівняно високу швидкість перевезень на невеликі та середні (до 200 км) відстані.

Більшість послуг автомобільного транспорту належить автобусним перевезенням пасажирів і вантажів (міські, приміські, міжнародні, туристичні, на замовлення, експресні, маршрутні, таксомоторні), а також вантажопасажирським і таксомоторним перевезенням пасажирів і багажу.

Автомобільні перевезення здійснюються транспортом загального користування, відомчим, транспортом підприємницьких організацій.

Відповідно до міжнародної класифікації автобуси сертифікують за категоріями (кількістю зірок).

Для забезпечення додаткових послуг, якими можуть скористатися пасажирів, автобуси укомплектовані аптечками, мікрофонами, засобами радіотрансляції, телевізорами, відеомагнітофонами з кількома моніторами і пультом дистанційного керування, портативними магнітолами, радіотелефонами або раціями із симплексним (простим) зв'язком, пристроями обігріву, вентиляції та кондиціонування повітря, чистими чохлами, підголівниками, занавісками. У них передбачені багажні відсіки. Додатковою послугою є обмеження швидкості руху в нічний час.

Для довготривалих перевезень пасажирів використовують висококомфортабельні автобуси з регульованими кріслами, низьким рівнем шуму і вібрації, великим запасом руху при одному заправленні екологічно чистим паливом. У них є такі атрибути життєзабезпечення, як гардероб, туалет, бар, холодильник, кухня, термос з водою для пиття в розрахунку 0,2 л на 1 особу (для південних напрямків із розрахунку 0,4 л на особу), корзина для сміття.

Багажники повинні мати місткість із розрахунку 0,15 м³/особу і бути освітленими. В автобусах типу "Люкс" має бути індивідуальне освітлення.

Обов'язковою умовою для транспортних засобів, які використовуються з метою пасажирських перевезень, є відгородження робочого місця водія від салону. Водій повинен бути в фірмовому одязі, мати посвідчення водія відповідної категорії, ліцензію, кредитно-бензинову картку або талони для заправок, дорожній лист, атлас автомобільних шляхів, план-схему маршруту та іншу документацію.

Скло автобуса на бічних вікнах має бути подвійним, детермальним із покриттям, що зменшує теплообмін салону і зовнішнього середовища, а також відповідної кривизни. Лобове скло мусить бути типу "Триплекс", детермальне; на бічних і лобовому склі передбачають спеціальні рулонні сонцезахисні завіси.

Якщо силовий пристрій (двигун) автобуса розташований позаду, над ним не встановлюють сидіння. Цю частину відгороджують від салону, розмістивши за перегородкою туалет, гардероб, умивальник та ін.

Вимоги до мікроклімату в автотранспорті регламентуються національними, міжнародними стандартами, технічними умовами, санітарно-гігієнічними нормами. Система кондиціонування повітря в автотранспорті повинна забезпечувати мікроклімат на всіх інтервалах зовнішніх температур у межах 22-24°C при повітряному обміні 0,15 м/с (перший рівень комфорту). Рівень шуму в усіх частинах салону не повинен перевищувати 72 дБ (в районі силового агрегату - 74 дБ), а рівень інфразвуку в будь-якій точці салону - 96 дБ. Відстань між сидіннями в автобусі - 80-85 см.

Послуги міського електротранспорту. До міського електротранспорту належать підприємства, що перевозять пасажирів і вантажі, рухомий склад, трамвайні й тролейбусні лінії, ремонтно-експлуатаційні депо, службові приміщення, фунікулери, канатні дороги, ескалатори, заводи з ремонту рухомого складу і виготовлення запасних частин, споруди енергетичного господарства та зв'язку, промислові, ремонтно-будівельні, торговельні і постачальницькі організації, навчальні заклади, науково-дослідні та проектно-конструкторські установи, заклади охорони здоров'я, відпочинку, фізичної культури й спорту та інші культурно-побутові заклади і підприємства, установи та організації, що забезпечують його роботу. За багатьма критеріями цей вид транспорту є найбільш ефективним, економічним, екологічним, доступним. Специфіка його роботи залежить від особливостей маршрутів, графіка руху, стабільності електропостачання, чисельності пільгових категорій населення, що ним користується, підтримки органів влади.

Останнім часом перевезення пасажирів здійснюється приватним транспортом. На цьому сегменті ринку утверджуються недержавні компанії, наслідком чого є певні переваги (доступність послуг) і певні проблеми та ризики (технічний стан транспортних засобів, дотримання вимог безпеки тощо).

7.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання транспортних послуг

Законодавство про транспорт (транспортне законодавство) - це сукупність правових норм, які регулюють суспільні відносини у сфері організації і безпосереднього здійснення господарської діяльності на транспорті.

Оскільки єдина транспортна система України налічує кілька видів транспорту, кожен з яких має певні особливості, то і законодавство про транспорт є досить значним за обсягом і різноманітним за змістом. Відносини, пов'язані з діяльністю транспорту, регулюються, в першу чергу, загальним Законом України "Про транспорт" від 10 листопада 1994 р., законами України "Про трубопровідний транспорт" від 15 травня 1996 р., "Про залізничний транспорт" від 4 липня 1996 р., "Про автомобільний транспорт" від 5 квітня 2001 р., "Про функціонування єдиної транспортної системи України в особливий період" від 20 жовтня 1998 р. Значне коло транспортних відносин регулюється транспортними кодексами і статутами окремих видів транспорту: Повітряним кодексом України від 4 травня 1993 р., Кодексом торговельного мореплавства України від 23 травня 1995 р., Статутом внутрішнього водного транспорту СРСР, Статутом автомобільного транспорту УРСР, Статутом залізниць України. Серед інших актів транспортного законодавства України варто виділити правила перевезення вантажів, що приймаються стосовно різних видів транспорту і різного роду вантажів. Нормативні акти, які визначають умови перевезень, порядок використання засобів транспорту, шляхів сполучення, організації безпеки руху, охорони громадського порядку, пожежної безпеки, санітарні та екологічні вимоги, що діють на транспорті, є обов'язковими для власників транспорту і громадян, які користуються послугами транспорту та шляхами сполучення.

Відносини в галузі трубопровідного транспорту регулюються Законом України "Про трубопровідний транспорт", дія якого поширюється на відносини в галузі трубопровідного транспорту, призначеного для транспортування

вуглеводнів, хімічних продуктів, води та інших продуктів і речовин з місць їх знаходження, видобутку (від промислів, виготовлення або зберігання до місць їх переробки чи споживання, перевантаження та подальшого транспортування, а також іншими нормативно-правовими актами України.

Особливості застосування Закону України "Про трубопровідний транспорт" щодо функціонування промислового трубопровідного транспорту визначаються Кабінетом Міністрів України.

Розглянемо законодавство про залізничний транспорт загального користування, а саме:

- Закон України "Про транспорт", затверджений Постановою ВР України від 10.11.94 № 233/94 ВР;
- Закон України "Про залізничний транспорт", затверджений Постановою ВР України від 4.07.96 № 273/96 ВР.

Ці закони визначають основні правові, економічні та організаційні основи діяльності залізничного транспорту загального користування, його роль в економіці та соціальній сфері України, регламентує його стосунки з органами державної виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, крім того, іншими видами транспорту, пасажирями, відправниками та отримувачами вантажів, багажу, з урахуванням специфіки функціонування цього виду транспорту як єдиного виробничо-технологічного комплексу.

Відносини у сфері залізничного транспорту регулюються також наступними нормативними документами:

- "Про затвердження Статуту залізниць України" - Постанова Кабінету Міністрів України від 6 квітня 1998 р.
- "Про порядок обслуговування громадян залізничним транспортом" - Постанова КМУ від 19.03.97 № 252;
- "Про правила поведінки громадян на залізничному транспорті" - Постанова КМУ від 10.11.95 № 903;
- "Про обов'язкове транспортне страхування від нещасних випадків" - Постанова КМУ від 14.08.96 № 959;

- “Правила перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України”, затверджено Міністерством транспорту та зв’язку України від 27.12.2006 р. № 1196;

- “Про затвердження тарифів на перевезення пасажирів, багажу і вантажобагажу залізничним транспортом у внутрішньому сполученні”, наказ Міністерства інфраструктури України від 19.03.2012 № 170.

Державне регулювання в галузі транспорту здійснюють Міністерство транспорту та зв’язку України, місцеві ради та інші уповноважені на те органи відповідно до їх компетенції. Система заходів щодо державного регулювання в галузі транспорту покликана забезпечувати:

- своєчасне, повне та якісне задоволення потреб населення і суспільного виробництва, оборонної сфери у перевезеннях;
- захист прав громадян під час їх транспортного обслуговування; - безпечне функціонування транспорту;
- дотримання необхідних темпів і пропорцій розвитку національної транспортної системи;
- захист економічних інтересів України, законних інтересів підприємств і організацій транспорту та споживачів транспортних послуг;
- створення рівних умов для розвитку господарської діяльності підприємств транспорту;
- обмеження монополізму і розвиток конкуренції; - координацію роботи різних видів транспорту;
- ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту;
- охорону навколишнього природного середовища від шкідливого впливу транспорту.

Органи управління транспортом зобов’язані сприяти органам влади і самоврядування у виконанні ними своїх повноважень щодо соціального й економічного розвитку транспорту, спільно з ними здійснювати програми захисту довкілля, розробляти і реалізовувати заходи для забезпечення безперебійної роботи транспорту у разі стихійного лиха, аварій, катастроф та під час ліквідації їхніх наслідків, координувати роботу щодо запобігання аваріям і

правопорушенням на транспорті, організовувати взаємодію різних видів транспорту з метою ефективнішого їх використання, підвищення якості обслуговування

7.3 Характеристика основних видів послуг пасажирського транспорту: залізничного та автомобільного

7.3.1 Послуги залізничного транспорту

Послуги залізничного транспорту складаються із 4-х груп, кожна з яких передбачає кілька видів послуг різного характеру:

1. Послуги до відправлення потягів на залізничних станціях.
2. Послуги з перевезення пасажирів.
3. Послуги, які надаються під час слідування потяга.
4. Послуги після прибуття потяга до місця призначення.

1. Послуги до відправлення потягів на залізничних станціях

Послуги до відправлення потягів на залізничних станціях надаються у приміщення для пасажирів - на вокзалах.

Вокзал - комплекс спеціальних споруд, приміщень, обладнання, призначених для обслуговування пасажирів, надання їм платних послуг, управління рухом поїздів та розміщення персоналу.

Вокзал забезпечує обслуговування пасажирів цілодобово.

У приміщеннях вокзалів, на станціях пасажирам та громадянам повинна надаватися така інформація:

- розклад руху пасажирських потягів та вартість проїзду та перевезення багажу і вантажобагажу від станції відправлення до станцій призначення;
- правила перевезення пасажирів, багажу та вантажобагажу;
- графік роботи і спеціалізація квиткових, багажних кас, камер схову, багажних, вантажобагажних сховищ, зберігання ручної поклажі;
- план розміщення вокзальних приміщень;
- місцезнаходження книги скарг, заяв та пропозицій, місце та години прийому пасажирів посадовими особами вокзалу; адреси та телефони

організацій, яким вокзал (станція) підпорядкований, а також місцевих органів виконавчої влади, які здійснюють захист прав споживачів.

Радіотрансляційна інформація інформує пасажирів про час прибуття та відправлення потягів, про порядок роботи основних підрозділів вокзалу, а також службова інформація та деякі об'яви на прохання пасажирів.

Про потяг, що прибуває, інформація передається завчасно - дальня, ближня та поточна - за 10 та 5 хв. до його прибуття на станцію. У випадку запізнення пасажирського потяга інформація про час його запізнення передається завчасно і періодично повторюється.

У довідковому бюро або по телефону вся необхідна для пасажирів інформація надається безкоштовно, за винятком видачі складних довідок (складання маршрутів з пересадкою, розкладу руху поїздів з пересадкою, вартості проїзду та перевезення багажу в міждержавному і міжнародному сполученні тощо) і письмових довідок на прохання пасажирів.

Організація продажу квитків. Документом на право проїзду залізничним транспортом є проїзний документ встановленого Укрзалізницею зразка - квиток.

Організація продажу квитків має найбільш важливе значення в поліпшенні та удосконаленні обслуговування пасажирів. Кількість кас, що працює, повинна відповідати пасажиро-потоків та забезпечувати мінімальне витрачення часу на придбання квитків.

Квиткові каси на станціях та зупиночних пунктах, які відкриті для продажу квитків на місцеві потяги і потяги далекого прямування, продають квитки до усіх станцій і зупиночних пунктів за маршрутом прямування потягів, що зупиняються на цих станціях та зупиночних пунктах.

Продаж квитків, як правило, розпочинається за 45 діб до відправлення потяга. Час закінчення продажу квитків до відправлення потяга встановлює начальник станції, виходячи з місцевих умов і з урахуванням часу на безпечний прохід пасажирів від каси до потяга.

Якщо ви придбали квиток за 9-10 діб до відправлення потяга, то плата за продаж квитків при оформленні проїзду в потягах без нумерації місць у загальних та сидячих вагонах не здійснюється, тобто не стягується. Також не стягується плата за продаж квитків на транзитний потяг менш як за три години до відправлення, крім причіпних вагонів.

Структура ціни за квиток. Якщо вам необхідно змінити термін поїздки або повернути невикористаний квиток, то згідно з "Порядком повернення платежів":

- за 24 години і більше - вам виплачується повна вартість квитка і плацкарти;
- менш ніж за 24 години, але не пізніше ніж за 6 годин до відправлення потяга - вам виплачується вартість квитка і 50% вартості плацкарти;
- менш ніж за 6 годин до відправлення потяга, але не пізніше 3 годин після його відправлення - вам виплачується тільки вартість квитка, вартість плацкарти не повертається.

Виплата грошей за квитки, пред'явлені після 3-х годин з моменту відправлення потяга, не проводиться, за винятком запізнення пасажирів (крім приміського потяга) внаслідок хвороби або нещасного випадку, які сталися з пасажиром безпосередньо перед відправленням потяга (не більше доби до відправлення потяга), підтверджених відповідними документами. У цьому випадку пасажир повертається вартість проїзду з вирахуванням вартості плацкарти.

Повернення платежів за проїзні документи, оформлені на станціях залізниць інших держав, не проводиться. На таких проїзних документах тільки проставляється штамп про припинення їх дії, а місце анулюється. Але у всіх випадках при поверненні невикористаних проїзних документів обов'язковому поверненню підлягає сума страхового збору.

Про багаж пасажирів. Ручну поклажу вагою не більше 36 кг можна взяти з собою у вагон і провезти безкоштовно. Багаж перевозиться за окрему платню. Але здати у багаж можна лише ті речі, що за розмірами, упаковкою і властивостями можна без труднощів завантажити в багажний вагон, не спричинивши шкоди

багажу інших пасажирів. При цьому пред'явити квиток і здати багаж слід не пізніше, ніж за 20 хв до відправки потяга. Необхідно також отримати багажну квитанцію і зберегти її. Дорогі речі, що є у багажі, слід обов'язково занести до багажної квитанції (за їх втрату чи пошкодження залізниця оплатить у подвійному розмірі). Залізниця відповідає також за втрату, недостачу, порчу чи пошкодження багажу, а також за відтермінування його доставки; за кожну добу відтермінування - штраф у розмірі 10% оплати провезення багажу. Його виплачує начальник станції призначення при видачі багажу на основі акту, складеного за вимогою пасажирів.

2. Послуги по перевезенню пасажирів

Категорії залізничних потягів. Рівень послуг, які надаються пасажирів, залежить від категорії залізничних потягів. Категорії потягів: пасажирський, швидкий, фірмовий, потяг приміського сполучення.

Швидкий потяг їде скоріше, але ціна білета на нього вища.

Категорія потяга ставить, безумовно, вищі вимоги щодо стану безпосередньо вагонів, так само як і до рівня комфорту та якості обслуговування.

Фірмовий пасажирський потяг. Фірмовий пасажирський поїзд, має індивідуальну емблему та фірмову назву.

Включені до потяга вагони мають бути в хорошому технічному стані. У фірмових поїздах не допускається використовувати вагони, що знаходяться в експлуатації понад 15 років - для І класу, або 20 років - для ІІ класу, якщо вони не пройшли заводського ремонту з модернізацією.

Вагони у фірмових поїздах повинні мати додаткові сходинки для входу у вагон з низьких перонів, а у купе обов'язкова наявність відкидних сходів до верхніх полиць. Килимові доріжки по коридору і у купе не просто обов'язкові, але і не повинні бути "старші" двох років - І клас, відповідно п'яти років - ІІ. Штори та салфетки на вікнах і столиках - підвищеної якості.

До обов'язку провідника належить не лише видати постільну білизну, а й застелити, а після висадки пасажирів - прибрати постіль. Для контролю якості самої білизни до пакета разом з нею кладуть ярлик з назвою підприємства, що

виконало прання цієї білизни. Комплект білизни, який складається із матрацу, подушки, ковдри за сезоном та білизни, у вагонах СВ та РІЦ доповнений другою подушкою та махровим рушником і диванним чохлом.

Положення про фірмові пасажирські поїзди не допускає використання вагонів з несправною примусовою вентиляцією і системою кондиціювання. До того ж, ці системи повинні бути обладнані фільтрами очищення повітря. Санітарні норми у фірмовому потязі повинні виконуватися щодо температури та чистоти повітря, освітленості, рівня шуму, лінійного та кутового прискорення.

У фірмових поїздах мають бути предмети сервірування столу, чайник для заварки чаю, для розливання гарячої води, ножі та виделки столові, склянки, ложки, консервний ніж, тарілки, підніс. Передбачена наявність печива у дрібній упаковці, фасованого цукру, мінеральної води або фруктової води, які за додаткову платню, але у обов'язковому порядку, провідник має надавати пасажирам.

До гарантованих послуг у фірмових поїздах належать і роздавання чаю, настільних ігор, ременів безпеки, користування медичною аптечкою, користування куточком побутових послуг (тобто почистити взуття або одяг, попросувати у вагоні), за окрему платню провідник зобов'язаний видати вам голку з ниткою, папір і конверт, бланк телеграми.

Фірмовий поїзд передбачає наявність ресторану або буфету. Замовлений сніданок або обід провідник може доставити прямо до купе, якщо пасажиру важко пересуватися.

Книгу скарг та пропозицій щодо роботи поїздної бригади за вимогою пасажирів начальник поїзда видає особисто через провідника штабного вагона. Наявність скарг враховується атестаційною комісією при щорічній переатестації фірмових поїздів.

За проїзд у фірмовому пасажирському поїзді І класу з пасажирів стягується додатково 50% до встановленого тарифу, II класу - 20% вартості проїзду у звичайному поїзді.

Якість процесу перевезень залізничним транспортом, та покращення його експлуатаційної роботи визначається регулярністю і точністю дотримання діючих розкладів руху поїздів. На сьогодні графік руху потягів часто порушується.

Порядок проїзду. Порядок проїзду у вагонах пасажирських потягів формування залізниць України та в межах України встановлюється Правилами поведінки громадян на залізничному транспорті. Для проїзду у вагонах будь-якої категорії пасажир повинен мати відповідні документи на право проїзду та пред'являти їх перед посадкою в потяг провідникові вагона, або особі, яка контролює вхід до вагонів приміського потягу. Пасажир повинен зберігати проїзний квиток протягом усієї поїздки та пред'являти його на вимогу осіб, які здійснюють контроль (за винятком випадків, коли квиток зберігається у провідника вагона).

3. Послуги, які надаються під час слідування потягу

- *Інформування про розміщення місць.* Якщо вам не було надане місце у вагоні згідно з придбаним квитком залізниця зобов'язана надати пасажирові за його згодою місце в іншому вагоні, можливо і вищої категорії, але без додаткової оплати. Якщо пасажирові надається місце нижньої категорії, йому повертається різниця вартості проїзду. Це стосується і тих випадків, коли вам неправильно оформили квиток або ви отримали квиток без вільного місця у вагоні.

У купейних, плацкартних та м'яких вагонах пасажири всіх поїздів не менше трьох разів на день забезпечуються чаєм, цілодобово кип'яченою гарячою та охолодженою водою, а в загальних вагонах питною водою.

- *Інформування про маршрут і правила внутрішнього розпорядку.* Відповідна інформація розміщується у кожному вагоні у вигляді маршрутних схем, правил поведінки пасажирів, їх прав тощо та надається усно безпосередньо провідником.

- *Надання комплексу постільної білизни.* Комплект містить: матрац, подушку, ковдру, окремо у заплomboваному чохлі 2 простирadла, 1 наволочку і 1 рушник. Постільні речі в пасажирському вагоні видаються провідником вагона за бажанням пасажира за окрему плату. Доставка постільних речей на спальне місце

пасажира і збирання їх за 30 хв. до прибуття пасажирів до місця призначення є обов'язком провідника вагона.

- *Ручна поклажа.* Кожний пасажир має право безплатно перевозити із собою у вагоні ручну поклажу вагою до 36 кілограмів, а за об'ємом не більше місткості місця, відведеного кожному пасажирові для перевезення ручної поклажі. Пасажири з ручною поклажею вагою понад 36 кг та з ручною поклажею об'ємом більше місткості місць для її перевезення у вагон не допускаються.

Ручна поклажа розміщується:

- у пасажирських купейних, плацкартних та спальних вагонах: пасажирів, які займають нижні місця - в рундуках купе; пасажирів, які займають верхні місця - на третіх полицях плацкартних вагонів, на верхніх спеціальних полицях спальних вагонів.

- у пасажирських загальних вагонах: пасажирів, які займають непарні місця - в рундуках під сидіннями; пасажирів, які займають парні місця, та місця з літерою "а" - на третіх полицях купе.

- у приміському поїзді: під сидінням та на боковій верхній полиці вагона.

Забороняється розміщення ручної поклажі в тамбурах вагона, коридорі салону, проходах купе, у проході приміського вагона.

Санітарно-гігієнічний та санітарно-технічний стан вагонів пасажирських потягів, вагонів-ресторанів, вагонів приміських потягів повинен відповідати вимогам санітарного законодавства.

Згідно з санітарними правилами підготовки пасажирських вагонів в рейс, наявність мила і туалетного паперу у вагонах, що відправляються в рейс, є обов'язковою.

Температура повітря у зимовий і перехідний періоди року у вагонах має підтримуватись на рівні $+20\pm 2^{\circ}\text{C}$, а в літній період $+24\pm 2^{\circ}\text{C}$.

У потязі не допускається наявність вагонів з несправними системами водопостачання, опалення, вентиляції, освітлення, спускних механізмів у туалетах, з розбитими вікнами і несправними дверима.

Провідник вагона із спальними місцями несе відповідальність за своєчасне попередження пасажирів про наближення до станції призначення.

4. Послуги по прибуттю потяга до місця призначення

Послуги по прибуттю потяга до місця призначення передбачають:

- інформування про місце отримання багажу;
- інформування зустрічаючих;
- наочну та звукову інформацію про наземні види транспорту.

5. Послуги щодо страхування від нещасних випадків на транспорті

Залізничний квиток є підтвердженням особистого страхування пасажирів, на підставі якого останній має право на отримання страхової суми в разі нещасного випадку. Згідно з Положенням про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті, застрахованими вважаються всі пасажирів з моменту оголошення посадки в потяг до моменту завершення поїздки.

Страховий платіж утримується з пасажирів транспортною організацією, яка має агентську угоду із страховиком у розмірі до 2% вартості проїзду на лініях залізничного транспорту у міжобласному, міжміському та міжнародному сполученнях; на маршрутах приміського сполучення - 5% вартості проїзду.

Кожному застрахованому агент повинен видати страховий поліс на окремому бланкові або на зворотній стороні квитка. Розмір страхової суми для кожного застрахованого становить 200 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. У разі настання страхового випадку виплачується страхова сума: від 100% - у випадку загибелі або смерті; 90% - при встановленні першої групи інвалідності; 75% - другої групи і 50% - третьої групи. Якщо застрахованим тимчасово втрачена працездатність, йому виплачується 0,2% за кожен день такої втрати, але не більше 50% страхової суми.

На кожний нещасний випадок, який стався із застрахованим на залізниці, складається акт галузевого зразка про нещасний випадок.

Виплата страхової суми здійснюється страховиком на підставі заяви застрахованого (його сім'ї або спадкоємцям) про виплату, акта про нещасний випадок, листа непрацездатності або довідки спеціалізованих установ про

встановлення інвалідності; у разі загибелі чи смерті застрахованого внаслідок страхового випадку - копії свідоцтва про смерть та документа про правонаступництво для спадкоємців, а також страхового поліса або документа, що його замінює (для пільгових категорій пасажирів - документа, що підтверджує право на пільги). Страхова сума виплачується не пізніше 10-и діб з дня одержання необхідних документів через касу страховика відповідно до рівня неоподаткованого мінімуму доходів громадян на день виплати. Страхова сума виплачується незалежно від виплат по державному, соціальному страхуванню, соціальному забезпеченню та в порядку відшкодування збитків.

7.3.2 Послуги автомобільного транспорту

Роль і значення транспорту визначені статтею 1 Закону України «Про транспорт», в якій зазначається, що транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва, яка покликана задовольнити потреби населення й суспільного виробництва в перевезеннях. Отже, законодавець визначає транспорт як важливу галузь суспільного виробництва, що перебуває в тісній взаємодії з промисловістю; енергетичним, агропромисловим, будівельним і торговельним комплексом; зв'язком; житловим господарством, побутовим обслуговуванням населення; сферою використання й охорони природних ресурсів тощо. У кожній з перерахованих галузей є окремі специфічні матеріальні умови виробництва, технологічні процеси, структура підприємств, особовий склад працівників тощо.

Автомобільний транспорт - галузь, яка покликана задовольняти потреби населення і суспільного виробництва в перевезеннях та інших послугах автомобільного транспорту і містить суб'єктів підприємницької діяльності усіх форм власності, які забезпечують перевезення пасажирів, вантажів, експедиційне і технічне обслуговування та ремонт транспортних засобів, підготовку кадрів та здійснюють інші види діяльності, пов'язані із своєчасним і

повним задоволенням потреб населення і суспільного виробництва в перевезеннях [13].

Автомобіль - колісний транспортний засіб, який приводиться в рух джерелом енергії, має не менше чотирьох коліс, призначений для руху безрейковими дорогами і використовується для перевезення людей та (чи) вантажів, буксирування транспортних засобів, виконання спеціальних робіт.

Перевізник - суб'єкт підприємницької діяльності, який здійснює автомобільні перевезення пасажирів чи вантажів на комерційній основі.

Термін "автомобільні перевезення" означає будь-яке переміщення дорогами, що відкриті для загального користування, навантаженого чи не навантаженого, з пасажирями чи без, транспортного засобу, який використовується для перевезення пасажирів або вантажів [17]. Основним законом, який визначає види й організацію автоперевезень, є Закон Про автомобільний транспорт. Згідно із ним автотранспортні послуги поділяються на:

- пасажирські;
- вантажні;
- вантажно-пасажирські.

Послуги пасажирського автомобільного транспорту загального користування поділяються на автобусні й таксі.

Автобус - транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння більше ніж дев'ять з місцем водія включно.

Автобусні перевезення - це переміщення людей і багажу за допомогою автомобільного транспортного засобу, у якому кількість посадкових місць більше дев'яти (враховуючи місце водія).

Маршрутні таксі здійснюють перевезення пасажирів з обов'язковим наданням їм місць для сидіння і з висадкою і посадкою пасажирів за їхньою вимогою. Незважаючи на те, що в назві присутнє слово "таксі", перевезення пасажирів маршрутними таксі відносяться до автобусних перевезень.

Визначальним фактором у даному випадку є кількість місць для сидіння (дев'ять і більше) і те, що перевезення здійснюються за заздалегідь наміченими маршрутами і не в індивідуальному порядку.

Автобусні перевезення пасажирів здійснюються у двох режимах:

1. Звичайному - рух за маршрутом здійснюється з усіма зупинками, передбаченими розкладом;
2. Експрес - рух за маршрутом здійснюється зі скороченням кількості зупинок і часу перевезення.

Перевезення таксі - це перевезення пасажирів і їхнього багажу в індивідуальному порядку на легковому автомобілі, число місць для сидіння в якому менше дев'яти.

Вантажний автомобіль - автомобіль, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення вантажів;

Вантажні перевезення автомобільним транспортом спеціального призначення здійснюються перевізниками за замовленням власників вантажу чи уповноважених ними осіб.

Вантажно-пасажирські перевезення - це перевезення пасажирів з вантажем вантажно-пасажирськими автомобілями.

За місцем надання автопослуги можна розділити на:

- внутрішні;
- міжнародні.

Внутрішні перевезення пасажирів на автобусних маршрутах загального користування поділяються на:

- міські - за маршрутами у межах території населеного пункту;
- приміські - за маршрутами довжиною до 50 кілометрів, не залежно від адміністративно-територіального поділу маршрутів;
- міжміські (усередині області й міжобласні) - маршрути, довжина яких перевищує 50 кілометрів.

Необхідно виділити перевезення, які здійснюються на замовлення, і туристичні.

Перевезення на замовлення - це перевезення на погоджених перевізником і замовником умовах за визначеним сторонами договору маршрутом.

Туристичні перевезення - це нерегулярні перевезення пасажирів за заздалегідь визначеними маршрутами з туристичною метою.

Пасажирському перевізнику, який здійснює туристичні перевезення чи перевезення пасажирів за замовленням, забороняється здійснювати посадку пасажирів у пунктах, установлених для посадки пасажирів на автобусних

Міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом здійснюються між пунктами відправлення і призначення, один із яких чи обоє розташовані за межами території України.

Організація міжнародних перевезень пасажирів і вантажів автомобільним транспортом здійснюється перевізниками відповідно до міжнародних договорів України з питань міжнародних автомобільних перевезень.

Правила міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом по території України затверджуються центральним органом виконавчої влади в галузі транспорту (Міністерством транспорту). У той же час правила міжнародних перевезень пасажирів автомобільним транспортом по території України затверджені Постановою № 176 «Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту».

Міжнародне співробітництво у сфері міжнародних перевезень пасажирів і вантажів автомобільним транспортом забезпечує центральний орган виконавчої влади в галузі транспорту (Мінтранс), що у межах своїх повноважень:

- організовує контроль за виконанням міжнародних договорів України з питань міжнародних перевезень пасажирів і вантажів автомобільним транспортом;
- бере участь у проведенні заходів щодо укладання міжнародних договорів з питань міжнародних перевезень пасажирів і вантажів автомобільним транспортом;
- забезпечує видачу документів, які дозволяють міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом, тощо.

Отже, транспорт є сполучною ланкою економіки, галуззю виробничої інфраструктури. За його допомогою задовольняються потреби у перевезеннях суспільного виробництва держави, а також її населення.

Розвиток народного господарства та життя людей взагалі не можливо уявити без засобів переміщення. Роль транспорту полягає в наданні специфічних послуг, пов'язаних із переміщення товару або людини в просторі.

Суб'єкти автотранспортних перевезень. Суб'єктами правовідносин на автомобільному транспорті є широке коло юридичних та фізичних осіб, які забезпечують транспортне обслуговування, споживають транспортні послуги, створюють умови для здійснення дорожнього руху. Їх правовий статус має дві складові: одна пов'язана з наданням транспортних послуг (регулюється Законом України «Про автомобільний транспорт», Закон № 2344-III від 05.04.01 року)[7], а інша — із участю в дорожньому русі (регулюється Законом України «Про дорожній рух», Закон № 3353-XII від 30.06.93 року).

Автомобільне підприємство є основною, первинною ланкою системи автомобільного транспорту України. Таке підприємство являє собою єдиний виробничо-господарський комплекс, до складу якого входять (або можуть входити) автотранспортні, авторемонтні та інші внутрішні підрозділи, названі виробничими одиницями. Використовуючи закріплене за ним майно або майно, яке є в нього за правом власності, автомобільне підприємство силами трудового колективу під керівництвом спеціально уповноважених на те осіб (дирекція) або власників виконує виробничо-господарську діяльність (перевезення, надання інших транспортних послуг) відповідно до державних програм розвитку дорожнього руху й на основі ліцензії і сертифікату на здійснення діяльності, пов'язаної з виготовленням, ремонтом і експлуатацією транспортних засобів, перевезеннями вантажів/пасажирів та іншими видами діяльності [21].

У процесі своєї діяльності автомобільне підприємство несе обов'язки і користується правами, закріпленими в чинних нормативно-правових актах. Щоб мати змогу самотійно брати участь у транспортних та інших правових відносинах, автомобільне підприємство наділяється правами юридичної особи.

Слід також зазначити, що автотранспортні підприємства як юридична особа, володіють цивільною правоздатністю, під якою розуміється їх здатність мати цивільні права й нести обов'язки.

Правоздатність автомобільного підприємства, як і будь-якої юридичної особи, є спеціальною. Це означає, що вони можуть користуватися своїми правами й виконувати обов'язки, вступати в правовідносини з іншими підприємствами, організаціями й фізичними особами тільки відповідно до встановлених цілей своєї діяльності. Здійснення будь-яких угод, договорів чи інших дій, які заходять за межі спеціальної правоздатності автомобільних підприємств є незаконними.

Права автомобільних підприємств:

- надання за договорами іншим підприємствам і організаціям автобусів для перевезення робочих до місць роботи і навпаки, з оплатою за діючими тарифами;
- організація супроводження й зберігання пошти на шляху прямування;
- здійснення транспортно-експедиційного обслуговування й надання послуг в цій галузі;
- надання претензій і позовів.

Обов'язки автомобільних підприємств:

- наявність ліцензії (сертифіката) на виконання певного виду діяльності;
- розгляд претензій і несення матеріальної відповідальності;
- перевезення пасажирів і багажу в автобусах і легкових автомобілях, гарантуючи безпеку пасажирів, необхідні умови, культурне обслуговування й своєчасність;
- доставлення вантажів у встановлені терміни;
- при перевезеннях автомобільними дорогами суворо дотримуватися вимог Правил дорожнього руху і Правил користування й охорони автомобільних доріг і дорожніх споруд.

Як уже було зазначено, основним напрямком діяльності автомобільних підприємств є здійснення ними автомобільних перевезень

Підприємства автомобільного транспорту загального користування повинні також забезпечити належну організацію праці та контролю за роботою водіїв автомобілів. Контроль за роботою водіїв автомобілів повинен забезпечувати безпечне виконання водіями транспортної роботи і включає організацію перевірок режимів їх праці і відпочинку, а також виконання водіями вимог законодавства.

Статус національного автомобільного перевізника надається підприємству автомобільного транспорту Кабінетом Міністрів за поданням Мінтрансу. Цей статус надається підприємству за умов:

підприємство є юридичною особою, а основним видом його господарської діяльності є автомобільні перевезення;

не менш як 50 відсотків рухомого складу підприємства складають автомобілі, що відповідають міжнародним технічним вимогам;

підприємство здатне забезпечити управління транспортними засобами на міжнародних автомагістралях висококваліфікованими водіями, а прибутки такого підприємства від перевезень у міжнародному сполученні повинні бути не менше 70 відсотків за останні два роки.

Національний автомобільний перевізник, відповідно до Положення, зобов'язаний забезпечувати першочергове виконання державного замовлення, державного контракту і окремих урядових завдань на автомобільні перевезення в міжнародному сполученні.

Правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту

Правила затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 р. № 176 у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 29.01.2003р. №141, визначають порядок здійснення міських, приміських, міжміських і міжнародних перевезень пасажирів, багажу, ручної поклажі та посилок, перевезень організованих груп дітей і туристів, а також обслуговування громадян на автостанціях, автовокзалах і є обов'язковими для виконання

пасажирськими перевізниками та автостанціями (автовокзалами) всіх форм власності, замовниками транспортних перевезень, водіями та пасажирями.

Порядок і умови організації перевезень пасажирів та вантажу згідно з вимогами цих Правил визначаються Мінтрансом.

Підприємства транспорту та інші пасажирські перевізники надають послуги на підставі державних контрактів, державних замовлень і договорів про перевезення пасажирів з урахуванням економічної ефективності провізних можливостей транспорту.

Не допускаються до перевезення пасажирським автомобільним транспортом загального користування:

- вантажі з вибуховими, отруйними, вогнебезпечними, їдкими, сморідними, наркотичними та іншими небезпечними речовинами, а також ті, що можуть забруднити транспортний засіб, одяг пасажирів;
- зброя, крім випадків, передбачених законодавством;
- тварини, крім обумовлених цими Правилами випадків.

Пасажирські перевізники, водії та особи, діяльність яких пов'язана з наданням транспортних послуг, повинні мати відповідні знання в обсязі, що визначається Мінтрансом. Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат, бути в належному технічному і санітарному стані та укомплектовані відповідно до вимог Правил дорожнього руху.

Під час довготривалих перевезень розклад руху автобуса повинен складатися таким чином, щоб на проміжних пунктах маршруту пасажирів могли забезпечуватися доброякісною питною водою, харчуванням та одержувати можливість задоволення інших біологічних потреб. Умови і порядок страхування пасажирів та вантажу визначаються законодавством.

У другому–восьмому розділах правил послідовно розглядаються питання: перевезення пасажирів і вантажу, перевезення організованих груп дітей, міжнародні перевезення пасажирів, перевезення туристів, перевезення на

замовлення, обслуговування населення та пасажирів на автостанціях, обов'язкове страхування та розслідування нещасного випадку з пасажиром.

Ліцензійні умови провадження і ліцензування господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом. Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом затверджено наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства транспорту України від 16.01.2001 №6/18. Вони визначають кваліфікаційні, технічні, організаційні та інші вимоги до провадження господарської діяльності з надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом і є обов'язковими для виконання суб'єктами господарювання, незалежно від організаційно-правових форм та форм власності, які надають послуги з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом і отримали ліцензію на цей вид господарської діяльності.

Не підлягає ліцензуванню діяльність із надання послуг із перевезення:

- пасажирів і вантажів, що пов'язані з ліквідацією стихійного лиха, аварій та інших обставин непереможної сили і здійснюються за спеціальними постановами Кабінету Міністрів України;

- пасажирів і вантажів автотранспортними засобами, що належать підприємствам та організаціям органів державної влади (наприклад, МВС України, Служби безпеки України, Міноборони України, МНС України, органів прокуратури, судів, митних органів, податкової адміністрації), за винятком перевезень, які здійснюються цими організаціями на комерційних умовах;

- які здійснюються автомобілями, оснащеними спеціальним технологічним обладнанням і не призначеними для перевезення вантажів і пасажирів (автовишки, автокрани, автомайстерні, автомобілі з устаткуванням для буріння, пожежні автомобілі, пересувні лабораторії, навчальні, кабелеукладачі, аварійно-технічні з водопостачання та каналізації, газового

господарства, швидкої допомоги, автотранспорту, піскорозкидачі та інші, що забезпечують життєдіяльність міст та населених пунктів);

- пасажирів службовими автомобілями за винятком перевезень, які виконуються на комерційній основі;

- вантажів автомобільним транспортом у межах одного виробничого об'єкта (технологічні перевезення);

- вантажів легковими автомобілями, іншими автотранспортними засобами вантажопідйомністю до 500 кг, а також на причепах до цих автотранспортних засобів.

Ліцензування господарської діяльності, пов'язаної з наданням послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом, здійснює Державний департамент автомобільного транспорту (Укравтотранс).

Відповідно до спроможності суб'єкта господарювання забезпечити виконання Ліцензійних умов, ліцензії видаються на право надання наступних видів послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом:

- надання послуг із внутрішніх перевезень пасажирів автомобільним транспортом;

- надання послуг із внутрішніх перевезень вантажів автомобільним транспортом;

- надання послуг із міжнародних перевезень пасажирів автомобільним транспортом;

- надання послуг із міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом.

Ліцензія на провадження господарської діяльності з надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом є документом, що дає право суб'єкту господарювання на здійснення конкретного виду послуг або всіх видів послуг, визначених у цих Ліцензійних умовах.

Ліцензія видана суб'єкту господарської діяльності на правонадання послуг із міжнародних перевезень пасажирів та вантажів автомобільним транспортом, надає право на здійснення внутрішніх перевезень.

На кожний транспортний засіб відповідно до оформленої ліцензії органом ліцензування видається ліцензійна картка, яка засвідчує відповідність транспортного засобу ліцензійним вимогам, встановленим для транспортного засобу на провадження господарської діяльності, зазначеній у ліцензії. Ліцензійна картка, видана на транспортний засіб відповідно до ліцензії на право провадження господарської діяльності, пов'язаної з наданням послуг із міжнародних перевезень пасажирів і вантажів автомобільним транспортом, підтверджує право використання даного транспортного засобу для надання відповідних послуг, пов'язаними з внутрішніми перевезеннями пасажирів та вантажів.

Ліцензування господарської діяльності по наданню послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом здійснюється, згідно з наказом Мінтрансу України від 15.01.2001 р. №16, Укравтотрансом. Цим наказом делеговані повноваження видачі ліцензій (у межах території України) суб'єктам господарювання областей та міста Києва, відповідно – територіальним органам Мінтрансу та Українському бюро з ліцензування автомобільних перевезень, підпорядкованим Укравтотрансу.

Типовий технологічний процес надання послуг пасажирських автостанцій та автовокзалів. Надання послуг пасажирських автостанцій та автовокзалів організовується згідно з вимогами технологічного процесу, затвердженого наказом Міністерства транспорту України від 28.08.2001 №565, який розробляється власниками автостанцій з урахуванням рекомендацій цього Типового технологічного процесу.

Перелік обов'язкових та додаткових послуг, що надаються населенню, пасажирам та пасажирським перевізникам автобусного маршруту (далі – перевізник), визначається статутом (положенням) автостанції. До обов'язкових послуг, що надаються населенню та пасажирам, належать послуги:

- залу очікування поїздки;
- залу продажу квитків;
- інших приміщень автостанції;

- служби інформації (крім послуг довідкового бюро);
- громадських вбиралень.

До обов'язкових послуг, що надаються перевізникам, належать послуги:

- каса автостанції;
- з організації посадки пасажирів в автобус;
- з диспетчеризації руху автобусів;
- з надання платформ для посадки та висадки пасажирів і місць на

майданчику відстою автобусів;

- кімнат короткотермінового відпочинку водіїв;
- з інформування водіїв щодо дорожніх умов і безпеки дорожнього руху;
- проведення технічного огляду та прибирання автобусів.

До додаткових послуг належать послуги з:

- попереднього продажу квитків;
- бронювання місць;
- замовлення квитка за телефоном;
- замовлення таксі;
- замовлення автобуса;
- переоформлення квитка;
- відпочинку в готелі автостанції;
- кімнат матері та дитини;
- довідкового бюро;
- доставка квитка додому;
- замовлення квитка для поїздки з іншого міста.

Населенню, пасажирам та перевізникам можуть надаватися також інші види обов'язкових та додаткових послуг згідно з чинним законодавством. За договором із власником автостанцій перевізникам можуть надаватися приміщення для облаштування офісів та відокремлені посадочні платформи.

Типовим технологічним процесом регламентовано організація продажу квитків, диспетчерського управління, руху дорожніх транспортних засобів і пішоходів на території автостанції, інформаційне забезпечення, організація

надання побутових послуг, а також порядок укладення договорів і проведення розрахунків за надані послуги.

7.4 Показники якості транспортної послуги

Результатом транспортного обслуговування населення підприємствами транспорту є транспортні послуги, які отримують пасажери.

Під **якістю** транспортної послуги розуміють сукупність властивостей послуги, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживача відповідно до її призначення.

Властивість транспортної послуги - об'єктивна її особливість, що може проявлятися при її наданні (споживанні).

Показник якості транспортної послуги – кількісна характеристика одного або декількох властивостей транспортної послуги, що становлять її якість, розглянута стосовно до певних умов її надання (споживання).

Ознака транспортної послуги – якісна або кількісна характеристика будь-яких її властивостей. **Параметр** транспортної послуги - ознака транспортної послуги, що кількісно характеризує будь-які її властивості.

Способи визначення показників якості:

- вимірювальний - здійснюється на основі вимірювальних засобів;
- реєстраційний - здійснюється шляхом проведення спостережень і підрахунку числа певних подій;
- розрахунковий - здійснюється на основі використання теоретичних або емпіричних залежностей якості від параметра;
- органолептичний - здійснюється на основі аналізу сприйняття органами почуттів людини;
- експертний метод - здійснюється на основі рішень, прийнятих експертом або групою експертів;
- соціологічний - здійснюється на основі збору й аналізу (анкетування) думок фактичних або можливих споживачів транспортних послуг.

Система управління транспортним процесом, по суті, є системою управління якістю транспортних послуг, що надаються населенню міста.

Чисельне значення інтегральної оцінки якості транспортних послуг може бути виражено, наприклад, у балах з урахуванням вагомості (коефіцієнтів відносної важливості) кожної властивості. Залежно від кількості балів встановлюються категорії якості транспортного обслуговування.

У результаті проведення анкетування населення великих міст встановлені коефіцієнти відносної важливості деяких показників якості транспортного обслуговування:

- | | |
|---|----------|
| 1) гарантія дотримання часу рейса (регулярність руху) | - 0,304; |
| 2) час очікування транспортного засобу | - 0,152; |
| 3) необхідність пересаджень | - 0,142; |
| 4) шум і загазованість у салоні транспортного засобу | - 0,140; |
| 5) наповнення транспортного засобу | - 0,112; |
| 6) можливість уникнути поганої погоди | - 0,059; |
| 7) розташування зупинок поза зоною радіуса пішохідної доступності | - 0,046; |
| 8) мікроклімат у салоні транспортного засобу | - 0,043. |

ДержавтотрансНДІпроектотом розроблена методика аналітичного розрахунку оцінки якості транспортного обслуговування населення, відповідно до якої інтегральний коефіцієнт якості транспортного обслуговування $K_{\text{я}}$ визначається як:

$$K_{\text{я}} = K_{\text{р}} * K_{\text{т}} * K_{\text{н}} * K_{\text{бр}} \quad (7.1)$$

де $K_{\text{р}}$ - коефіцієнт регулярності руху;

$K_{\text{т}}$ - коефіцієнт відносних витрат часу на пересування пасажирів до мети поїздки;

$K_{\text{н}}$ - коефіцієнт відносного наповнення транспортних засобів;

$K_{\text{бр}}$ - коефіцієнт безпеки руху.

Найбільш важливим показником якості транспортного обслуговування є **регулярність руху**, що характеризує ступінь готовності пасажирського

транспорт до обслуговування пасажирів. Рух міського пасажирського транспорту вважається регулярним, якщо транспортні засоби вчасно прибувають на маршрут і відправляються в рейс, інтервали руху між транспортними засобами на всіх зупинках відповідають заданим у розкладі.

Визначення просторово - часових координат транспортного засобу є навігаційним завданням. Транспортні засоби на вулично - дорожній мережі можуть пересуватися двома способами:

- випадково (індивідуальний автотранспорт, таксі);
- за заздалегідь установленими маршрутами (маршрутний транспорт).

Для маршрутного транспорту фактичну регулярність руху визначають на основі інформації про час проходження транспортними засобами контрольних пунктів. **Контрольний пункт** (КП) – це будь-яка точка маршруту, для якої встановлені час прибуття (відправлення) транспортного засобу. Інформація про прибуття транспортного засобу на КП передається на ЦДП за допомогою засобів зв'язку. На ЦДП диспетчер (або спеціальний технічний пристрій, наприклад електронно – обчислювальна машина) порівнює фактичний час прибуття транспортного засобу на даний КП із плановим часом прибуття, і, якщо виявляє відхилення від графіка, то видає команду, спрямовану на ліквідацію порушення графіка руху.

Коефіцієнт регулярності руху обчислюють як

$$K_p = R/100 , \quad (7.2)$$

де R - показник регулярності руху.

Регулярність руху на автобусних маршрутах розраховують за формулою, %:

$$R_k = \frac{I_k - \sqrt{\sum x^2 / (n_k - 1)}}{I_k} \cdot 100 , \quad (7.3)$$

де I_k - плановий інтервал руху в k – й період з постійним інтервалом руху;

n_k - кількість транспортних засобів, які проїхали через КП за k – й період спостережень; x - відхилення фактичного інтервалу руху від планового.

Регулярність руху за m періодів роботи транспорту з постійним інтервалом розраховують за формулою, %:

$$R = \sum_{k=1}^m R_k (n_k - 1) / \sum_{k=1}^m (n_k - 1) . \quad (7.4)$$

Регулярність руху для маршрутів наземного міського електротранспорту, %:

$$R = \frac{n_{\phi}}{n_{пл}} \cdot 100 , \quad (7.5)$$

де n_{ϕ} - фактична кількість прибуття транспортних засобів на КП за розкладом; $n_{пл}$ - планова кількість прибуття транспортних засобів на КП.

Відхилення транспортних засобів від графіка визначають з урахуванням припустимого відхилення: для маршрутів з інтервалом до 3 хв. припустиме відхилення становить 1 хв. по випередженню і відставанню, для маршрутів з більшим інтервалом припустиме відхилення по випередженню 1 хв., а по відставанню 2 хв. (Правила експлуатації трамвая і тролейбуса).

Кількість КП, які доцільно розташувати на кожному маршруті, залежить від експлуатаційних параметрів маршруту (довжина маршруту, величина пасажиропотоку, час кругорейса, інтервал руху й т.д.), фактичних умов руху і може бути визначена розрахунковим шляхом.

Величину K_t визначають як відношення витрат часу на поїздку в сприятливих умовах до фактичних витрат часу пасажирів при пересуванні до цілі поїздки. При цьому сприятливими умовами вважають наступні: відсутність зривів графіків руху, відсутність пересадочності, швидкість пересування не нижче 20 км/год, щільність маршрутної системи не менш 2 км/км², середня довжина перегону 300 м, імовірність відмови в поїздки дорівнює нулю, достатній рівень комфорту, прийнятний для пасажирів інтервал руху.

Коефіцієнт K_n - це відношення нормативного наповнення до фактичного. Величина нормативного наповнення встановлюється 5 пасажирів на 1 м^2 площі підлоги салону.

Коефіцієнт $K_{бр}$ розраховують за формулою:

$$K_{бр} = 1 - (Д / (П + 1)) \quad , \quad (7.6)$$

де $Д$ - кількість ДТП, які відбулися за розглянутий період з вини транспортного підприємства;

$П$ - фактичний пробіг транспортних засобів за розглянутий період у млн.км.

На підставі результатів розрахунку $K_я$ встановлюють конкретні рівні транспортного обслуговування (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Рівні транспортного обслуговування

Категорія міста (чисельність населення)	Рівень обслуговування	Значення $K_я$	
		для години «пік»	для середньодобових показників
Понад 1 млн.	відмінний	0,800 і більше	0,781 і більше
	добрий	0,634 і до 0,800	0,625 і до 0,781
	задовільний	0,503 і до 0,634	0,493 і до 0,625
	незадовільний	менше 0,503	менше 0,493
500 тис. – 1 млн.	відмінний	0,834 і більше	0,830 і більше
	добрий	0,657 і до 0,834	0,664 і до 0,830
	задовільний	0,522 і до 0,657	0,523 і до 0,664
	незадовільний	менше 0,522	менше 0,523
250 тис. – 500 тис.	відмінний	0,887 і більше	0,884 і більше
	добрий	0,700 і до 0,887	0,708 і до 0,884
	задовільний	0,556 і до 0,700	0,556 і до 0,708
	незадовільний	менше 0,556	менше 0,556
Менше 250 тис.	відмінний	0,994 і більше	0,940 і більше
	добрий	0,745 і до 0,994	0,755 і до 0,940
	задовільний	0,592 і до 0,745	0,595 і до 0,755
	незадовільний	менше 0,592	менше 0,595

У даній методиці аналітичного розрахунку оцінки якості транспортного обслуговування використовуються як параметри маршрутної системи, закладені при її проектуванні, так і показники функціонування маршрутного транспорту в реальних експлуатаційних умовах. У зв'язку з тим, що останні мають динамічний характер з високою частотою зміни, то система управління повинна забезпечувати високу оперативність збору первинної інформації з маршрутної системи й мінімальний час затримки, пов'язаний з її обробкою. Тому особливо важливим є застосування для збору первинної інформації сучасних засобів автоматизації.

Питання для самоперевірки

1. Визначте склад Єдиної транспортної системи України.
2. Надайте характеристику законодавчої та нормативної бази щодо послуг транспорту.
3. З якою метою впроваджується ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту (ЗУ Про транспорт)?
4. Надайте класифікацію послуг пасажирського транспорту.
5. Визначте поняття Надання послуг пасажирського транспорту.
6. З яких груп послуг складаються послуги залізничного транспорту? Яка інформація повинна надаватись пасажиром та громадянам у приміщеннях вокзалів, на станціях?
7. Визначте основні положення організації продажу квитків при наданні послуг залізничного транспорту
8. Визначте порядок надання послуг залізничного транспорту з повернення платежів, якщо необхідно змінити термін поїздки або повернути невикористаний квиток.
9. Визначте категорії залізничних потягів і порівняти рівень комфорту та якість обслуговування у потягах різних категорій.
10. Визначте порядок перевезення з собою у вагоні потягу ручної поклажі.

11. Надайте характеристику групи послуг по перевезенню пасажирів.
12. Охарактеризуйте групу послуг, що надаються під час слідування потяга.
13. Надайте характеристику групи послуг, які надаються по прибуттю потяга до місця призначення.
15. З якою метою здійснюють стандартизацію на автомобільному транспорті?
16. З якою метою здійснюють сертифікацію на автомобільному транспорті?
17. Що таке ліцензія на автомобільному транспорті?
18. Визначте основні завдання ліцензування на автомобільному транспорті
19. Наведіть основні вимоги щодо користування послугами автомобільного транспорту.
20. Що розуміють під якістю транспортної послуги?
21. Що характеризує регулярність руху маршрутного транспорту?
22. Якими способами може бути визначена регулярність руху маршрутного транспорту?
23. У чому полягає суть бального методу оцінювання якості транспортного обслуговування населення?
24. Які показники функціонування транспорту враховують при аналітичному розрахунку інтегральної оцінки якості транспортного обслуговування населення?

ТЕМА 8. ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАТИВНІ

План

- 8.1 Послуги зв'язку (телекомунікаційні), інформаційно-консультаційні, їхня структура та значення для населення
- 8.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання послуг зв'язку та інформаційно-консультаційних
- 8.3 Характеристика основних видів послуг зв'язку (телекомунікаційних)
- 8.4 Особливості надання інформаційно-консультаційних послуг
- 8.5 Основні види консалтингових послуг і особливості їх надання
- 8.6 Підходи щодо оцінки якості надання телекомунікаційних послуг

8.1 Послуги зв'язку (телекомунікаційні), інформаційно-консультаційні, їхня структура та значення для населення

Економічні регулятори в умовах ринку є пріоритетними. Але, для більш оперативного розвитку в усіх сферах діяльності й стимулювання споживача в користуванні тими або іншими послугами, придбанні товарів важливе значення має комплексне використання економічних і адміністративних регуляторів діяльності різних суб'єктів ринку, в тому числі і телекомунікаційних.

Стратегія ділової активності на ринку телекомунікаційних послуг полягає у визначенні напрямів та засобів реалізації цілей оператора (провайдера) на всіх секторах ринку, які наповнюються телекомунікаційними послугами впродовж певного часу: середньої та довгострокової тривалості. Ринкова стратегія розробляється на основі результатів дослідження ринкової кон'юнктури, поведінки конкурентів, інших аспектів стосовно послуги з якою оператор виходить на ринок.

Ринкова стратегія може розроблятися для одержання максимального ефекту (прибутку), незалежно від ризику. При цьому завдання періодично коригуються внаслідок зміни ринкової кон'юнктури, зумовленої сезонними

коливаннями, падінням або підвищенням попиту, індексом цін, темпом інфляції тощо.

Водночас загальний розвиток економіки також впливає на телекомунікації, забезпечення стабільної роботи операторів телекомунікацій за умови збалансування тарифів, наближення їх розміру до собівартості та зменшення перехресного субсидування за видами послуг. Це впливатиме на залучення інвесторів до вкладення коштів на розвиток галузі зв'язку. Для цього пропонується створити відповідний фонд загальнодоступних (універсальних) послуг для відшкодування збитків від надання універсального доступу та загальнодоступних телекомунікаційних послуг у сільській, гірській місцевостях і в депресивних районах, а також для малозабезпечених груп споживачів.

Темпи зростання доходів у цій сфері зв'язку сягають 20-30% щороку, випереджаючи за цим показником темпи зростання практично в усіх галузях економіки країни.

Ефективнішим шляхом забезпечення універсальних послуг і зняття тягара з традиційного оператора є створення компенсаційного фонду (фонду універсальних послуг). По цьому шляху пішли розвинені країни, і в даний час питання так само обговорюється і в Україні. Слід також відзначити, що розвиток мобільного зв'язку зараз підняв доступ, до послуг зв'язку на новий рівень, і це спонукає переглянути існуюче відношення до фіксованого і мобільного зв'язку з погляду використання останньою для вирішення соціальних завдань.

Основним напрямком підвищення ефективності сучасних послуг зв'язку є більше широке використання підприємствами зв'язку можливостей всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет. У цей час Інтернет є потужним чинником економічних трансформацій. Можна очікувати значне зростання обсягів Internet-комерції, особливо в таких областях, як подорожі, роздрібна торгівля, фінанси, економіка зв'язку, реклама, а також у комп'ютерному секторі. Інтернет швидко розвивається, його можливості безперервно зростають.

8.2 Основні законодавчі та нормативні документи, що регламентують надання послуг зв'язку та інформаційно-консультативних

Надання послуг зв'язку (телекомунікаційних) в Україні регламентують наступні документи:

- 1) Закон України “Про телекомунікації” від 18.11.2003 № 1280-IV
- 2) Закон України “Про поштовий зв'язок” від 04.10.2001 № 2759-III
- 3) Закон України “Про радіочастотний ресурс України” від 01.06.2000 № 1770-III

Надання послуг інформаційних в Україні регламентують наступні документи:

- 1) Закон України “Про інформацію” від 2.10 1992 № 2657-XII
- 2) Закон України “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації” від 23.09.1997 № 539/97-ВР
- 3) Закон України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” від 16.11.1992 № 2782-XII,
- 4) Закон України “Про телебачення і радіомовлення” від 21.12.1993 N 3759-XII
- 5) Закон України "Про інформаційні агентства" від 28.02.1995 № 74/95-ВР
- 6) Закон України “Про авторське право і суміжні права” від 23.12.1993 № 3792-XII
- 7) Закон України "Про захист суспільної моралі" від 20.11.2003 № 1296-IV
- 8) Закон України “Про державну таємницю” від 21.01.1994 № 3855-XII
- 9) Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV

8.3. Характеристика основних видів послуг зв'язку

Сфера зв'язку є особливо важливою у забезпеченні функціонування економічної, соціальної та іншої сфер суспільства, що обумовлює особливу значущість (економічну, соціальну) послуг зв'язку.

Національна система зв'язку складається з електричного, зокрема стільникового (мобільного, супутникового, пейджингового), телеграфного, Інтернет-зв'язку, а також поштового, спеціального, фельд'єгерського зв'язку.

Електричний зв'язок забезпечує передавання, випромінювання, приймання знаків, сигналів, письмового тексту, зображень і звуків або будь-яких повідомлень радіо, провідниковими, оптичними та іншими електромагнітними системами. Основними його способами є наземний (фіксований, дротовий) і радіозв'язок. До наземного належать телефонний, телефонний міський, сільський, телефонний міжміський і міжнародний, а також телеграфний зв'язок; до радіозв'язку - супутниковий, стільниковий, пейджинговий та Інтернет-зв'язок.

Поштовий зв'язок має завданням приймання, оброблення, перевезення і доставку письмових відправлень, матеріальних цінностей, виконання доручень фізичних і юридичних осіб щодо грошових переказів, банківських операцій.

Спеціальний зв'язок забезпечує інтереси держави, урядових підрозділів у сфері зв'язку.

Фельд'єгерський зв'язок - оперативний військово-кур'єрський зв'язок, завданням якого є доставка важливих, переважно таємних, документів до Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, посольств, дипломатичних представництв і консульств.

Мобільний зв'язок забезпечує відправлення і приймання інформації у будь-якому місці, де він функціонує. Цей вид електрозв'язку є одним із найдинамічніших і найприбутковіших напрямів діяльності телекомунікаційного ринку.

Основним суб'єктом системи зв'язку є підприємство (оператор) зв'язку - підприємство, що здійснює господарську діяльність для забезпечення функціонування засобів, споруд і мереж зв'язку з метою надання послуг зв'язку. Засобами зв'язку є технічне обладнання, що використовується для організації зв'язку; спорудами зв'язку - будівлі, вежі, антени, повітряні й кабельні лінії, проміжні та кінцеві пристрої ліній зв'язку, поштові шафи та інші пристрої, що

використовуються для організації електричного або поштового зв'язку; мережами зв'язку - сукупність засобів і споруд зв'язку, поєднаних в єдиному технологічному процесі для забезпечення інформаційного обміну.

Мережа зв'язку охоплює:

- первинну мережу (сукупність лінійних і стаціонарних споруд, які утворюють мережу типових каналів передавання і типових трактів);
- місцеву первинну мережу зв'язку (частину первинної мережі зв'язку, обмежену територією міста і його приміською зоною або адміністративного району).

В Україні функціонує єдина національна система зв'язку, яку утворюють:

а) мережа зв'язку загального користування, що експлуатується підприємствами, об'єднаннями зв'язку для забезпечення потреб у послугах зв'язку всіх споживачів;

б) відомча мережа зв'язку, що експлуатується юридичною або фізичною особою для задоволення власних потреб;

в) державна система урядового зв'язку - система спеціального зв'язку, яка забезпечує передавання інформації, що містить державну таємницю, і функціонує в інтересах управління державою в мирний і воєнний час.

Право власності, а також право на технічне обслуговування й експлуатацію первинних мереж (крім місцевих) і супутникових систем телефонного зв'язку в мережах зв'язку загального користування, на пересилання грошових переказів, листів до 20 г, поштових карток, виплату і доставку пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам належить державним підприємствам і об'єднанням зв'язку. Зміна форми власності державних підприємств зв'язку, що входять до складу об'єднань, здійснюється тільки за рішенням Верховної Ради України. Не допускається зміна форми власності на окремих підприємствах зв'язку, які діють в єдиному технологічному процесі. Заборонено створення і діяльність підприємств зв'язку з іноземними інвестиціями, у статутному фонді яких більше 49% іноземних інвестицій, а для підприємств, які забезпечують мовлення, - понад 30% таких інвестицій.

Основним продуктом діяльності підприємств зв'язку є послуга зв'язку.

Послуга зв'язку - продукт (результат) діяльності оператора зв'язку, спрямований на задоволення потреб споживачів.

Сукупність видів послуг зв'язку, що надаються фізичним і юридичним особам, є досить великою. Наприклад, послугами підприємств електрозв'язку є: встановлення телефону; надання місцевого телефонного зв'язку; надання автоматичного міжміського телефонного зв'язку; надання автоматичного міжнародного телефонного зв'язку; переставлення, переключення, повторне включення телефону; заміна номера телефону; встановлення додаткового телефонного апарату; тимчасове включення і відключення телефону; переоформлення і відновлення договору про надання послуг електрозв'язку; встановлення безобривних розеток, додаткових розеток, додаткового дзвінка; заміна стандартного лінійного шнура шнуром іншої довжини; внесення або вилучення свого номера телефону зі списків абонентів довідково-інформаційної служби і телефонного довідника; організація безпосереднього зв'язку; видавання довідок про телефонні номери; надання виходу до тематичних служб; надання змоги відправлення телеграми в кредит; надання виходу до спецслужб (міліція, пожежна охорона, швидка медична допомога, аварійна служба газу тощо); надання послуг міжміського телефонного зв'язку оператором за попереднім замовленням; надання послуг міжнародного телефонного зв'язку оператором за попереднім замовленням; груповий міжміський телефонний зв'язок (конференц-зв'язок); включення телефону після тимчасового відключення, за потреби в забезпеченні телефонним зв'язком проведення масових спеціальних заходів; видавання інформаційних довідок про користування міжміським і міжнародним телефонним зв'язком; захист від несанкціонованого доступу "Вихідний зв'язок за паролем"; встановлення, переставлення, тимчасове виключення і повторне включення радіоточок; обслуговування мереж провідникового мовлення; інформаційно-довідкові послуги; надання в оренду трактів, каналів, ліній зв'язку та абонентських пристроїв тощо.

Послуги поштового зв'язку є продуктом (результатом) діяльності оператора поштового зв'язку з приймання, оброблення, перевезення та доставки (вручення) поштових відправлень, виконання доручень користувачів щодо поштових переказів, банківських операцій, спрямований на задоволення потреб користувачів.

Систему послуг поштового зв'язку утворюють:

- поштові відправлення: листи, поштові картки, бандеролі, секограми, дрібні пакети, міжнародні поштові відправлення з оголошеною цінністю, посилки, прямі контейнери та ін.;
- поштовий зв'язок: приймання, оброблення, перевезення і доставка (вручення) поштових відправлень, виконання доручень користувачів щодо поштових переказів, банківських операцій;
- приймання поштового відправлення (поштового переказу): оформлення поштового відправлення (поштового переказу), що подається відправником для пересилання.

Оператори поштового зв'язку самостійно визначають перелік послуг поштового зв'язку, що надаються об'єктами поштового зв'язку з урахуванням попиту на них і замовлень держави, а також відповідно до нормативів, затверджених в установленому законодавством порядку.

Національний оператор поштового зв'язку забезпечує надання універсальних послуг на всій території України, зокрема пересилання поштових карток, листів, бандеролей, секограм, посилок без оголошеної цінності масою до 10 кілограмів.

Оператори поштового зв'язку зобов'язані забезпечувати:

- надання послуг поштового зв'язку встановленого рівня якості відповідно до стандартів та інших нормативних документів, що регламентують їхню діяльність, умов договору, а також інформації про умови надання цих послуг;
- пересилання і доставку адресатам (одержувачам) поштових відправлень;
- пересилання поштових переказів у терміни, встановлені уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі зв'язку;

- збереження поштових відправлень і грошей;
- таємницю інформації у сфері послуг поштового зв'язку. Управління єдиною національною системою зв'язку здійснює Кабінет

Міністрів України. Центральним органом державної виконавчої влади у сфері зв'язку є Адміністрація зв'язку України, яка для регулювання відносин у ній використовує такі інструменти:

- 1) видавання ліцензій на окремі види діяльності у галузі зв'язку і контролю за дотриманням ліцензіатом їхніх умов;
- 2) нагляд за функціонуванням засобів зв'язку всіх форм власності у мережах зв'язку загального користування і засобами зв'язку відомчих мереж зв'язку, мереж подвійного призначення, що з ними взаємодіють;
- 3) контроль за якістю надання послуг зв'язку операторами в мережах загального користування і подвійного призначення всіх форм власності;
- 4) контроль за дотриманням граничних тарифів на послуги зв'язку;
- 5) організація наукових розробок і розробок стандартів для галузі;
- 6) організація підготовки кадрів для галузі.

Оператори зв'язку всіх форм власності надають послуги споживачам відповідно до чинного законодавства, ліцензії та договору між споживачем і оператором, а також за умови дотримання споживачами правил користування мережами зв'язку і оплати послуг.

Структура договору на надання послуг електрозв'язку не регламентована. Однак, відповідно до наказу № 10 Державного комітету зв'язку та інформації України (від 13 липня 1999 року), вона повинна мати такі істотні параметри: назви сторін, предмет договору, права та обов'язки підприємства зв'язку, споживача, порядок розрахунків за надані послуги, відповідальність сторін, порядок розгляду претензій, термін дії договору.

До договору, зазвичай, додають узгоджений перелік платних та безоплатних послуг електрозв'язку, а також таку інформацію про клієнта, якщо він є юридичною особою: організаційно-правова форма підприємства, належність до міністерства, основні види діяльності і продукції, юридична

адреса та адреса доставки, банківські реквізити, позначка про тип розрахунку (казначейство, централізована бухгалтерія, бухгалтерія організації), спосіб розрахунку за послуги зв'язку (авансовий або кредитний), свідоцтво платника податку на додану вартість.

Договір на отримання послуг зв'язку, зазвичай, укладають на п'ять років. Якщо за місяць до закінчення терміну дії договору жодна зі сторін не повідомила про його припинення, він вважається чинним на аналогічний термін. Складають його у двох примірниках, які мають однакову юридичну силу (один зберігається на підприємстві зв'язку, другий - у споживача). Після підписання договору всі попередні переговори і договір, який діяв дотепер, втрачають силу.

Додатки, оформлені в письмовій формі та підписані сторонами з метою належного виконання цього договору, а також додаткові угоди, укладені в період дії цього договору, є невід'ємними його частинами.

У всіх не врегульованих договором питаннях сторони керуються "Правилами користування місцевим телефонним зв'язком", "Правилами користування міжміським та міжнародним телефонним зв'язком" та "Правилами користування провідниковим мовленням". Відповідно до договору, підприємство електрозв'язку повинне забезпечувати безперебійне і якісне надання послуг, зокрема:

- здійснювати реєстрацію придбаних споживачем абонентських пристроїв телематичних служб та передавання даних, відповідності абонентських пристроїв технічним нормам, підключення телефонних апаратів та інших абонентських пристроїв, пломбувати діодні приставки (розетки), усувати пошкодження зв'язку (телефонного, радіомережі) в контрольні технологічні терміни;

- перераховувати абонентну плату в разі нефункціонування мереж електрозв'язку не з вини споживача протягом п'яти і більше діб, а також у разі відключення для проведення масових спеціальних заходів, виникнення стихійного лиха або надзвичайних обставин;

- попереджати споживачів за місяць до початку робіт про зміну номера телефону внаслідок запровадження в дію нових АТС, реконструкції телефонних мереж, переключення квартирних телефонів за спареною схемою або застосування апаратури ущільнення ліній зв'язку; за три дні до відключення телефону - за необхідності забезпечення телефонним зв'язком проведення масових спеціальних заходів;

- після виїзду споживача з телефонізованої квартири зберігати протягом одного місяця з дати подання заяви про відмову від телефону технічну можливість відновлення його роботи до пред'явлення прав на користування ним новим наймачем (власником);

- оформляти актом за підписами представників підприємства зв'язку і споживача кожен випадок пошкодження телефонного обладнання, провідникового мовлення та ліній, які перебувають на балансі підприємства зв'язку;

- вести книгу скарг і пропозицій та видавати її на першу вимогу;

- розглядати скарги, заяви споживачів у передбачені чинним законодавством терміни та інформувати їх про результати розгляду;

- працівники підприємства зв'язку, які прибули за викликом споживача для огляду та ремонту телефонних апаратів і абонентських пристроїв, виконання інших робіт, зобов'язані пред'явити скріплене печаткою посвідчення з фотокарткою та наряд на виконання робіт;

- вживати заходів для захисту абонентських ліній від сторонніх підключень;

- задовольняти потребу споживача у послугах провідникового мовлення та забезпечувати їх якісну роботу;

- перераховувати абонентну плату за користування радіоточкою за весь час пошкодження у разі порушення контрольного терміну (п'ять діб);

- повідомляти споживача про перерву в роботі мережі провідникового мовлення під час капітального ремонту, проведення реконструкції ліній електропостачання зі спільним використанням опор для підвищення проводів

провідникового мовлення; приймати і реєструвати заяви від споживачів про пошкодження мережі провідникового мовлення;

- інформувати споживачів про перелік сертифікованих абонентських пристроїв, які можна підключати до мережі загального користування;

- не менше одного разу на місяць повідомляти абонентів про належну суму платежу за міжміські та міжнародні телефонні розмови;

- розширювати або змінювати перелік послуг, перерахованих у додатках 1, 2 до договору, залежно від технічних можливостей автоматичних телефонних станцій з програмним управлінням та наявності довідково-інформаційних служб.

Кожне підприємство зв'язку, яке надає послуги споживачам, повинне мати книгу скарг та пропозицій і видавати її на першу вимогу. Керівники підприємств зв'язку зобов'язані розглядати скарги та заяви споживачів у терміни, передбачені чинним законодавством, та інформувати їх про це.

Підприємства зв'язку відповідальні за захист інформації. Виймання і огляд кореспонденції та документальних повідомлень, одержання необхідних довідок про них, контроль технічних каналів зв'язку, в т.ч. прослуховування телефонних розмов, на підприємствах зв'язку заборонено.

Місцеві мережі телефонного зв'язку обслуговують усіх споживачів без обмежень на підставі їхніх письмових заяв. Поважною причиною для відмови підприємством зв'язку в наданні послуг є відсутність відповідних технічних можливостей. Відмову може бути оскаржено заявником у судовому порядку.

Тарифи на послуги зв'язку та за користування радіочастотами регулюються чинним законодавством України. Порядок встановлення граничних тарифів на послуги зв'язку здійснюється Кабінетом Міністрів України і є обов'язковим для всіх операторів зв'язку.

У разі затримки в оплаті за надані підприємствами зв'язку послуги понад встановлені законодавством строки споживачі сплачують пеню у розмірі 1% вартості неоплачених послуг за кожну добу затримки. Якщо оплату затримано понад один місяць, підприємства зв'язку мають право через місяць після

отримання споживачем письмового попередження відмовити йому в наданні послуг.

Користування абонементною і поштовою скриньками. Для одержання користувачами поштових відправлень (поштових переказів) і періодичних друкованих видань в операційних залах об'єктів поштового зв'язку можуть бути встановлені абонементні скриньки, їх надають у користування за встановлену абонементну плату і письмовою заявою на ім'я керівника об'єкта поштового зв'язку. Фізичні особи зазначають у заяві найменування, серію, номер документа, що їх засвідчує, дату видачі, установу, яка його видала, адресу місця проживання, а також термін надання абонементної скриньки у користування. У заяві для юридичної особи фіксують дані свідоцтва про державну реєстрацію (найменування, серія, номер, дата реєстрації, установа, яка його видала), юридична адреса, місцезнаходження, номер телефону (факсу), банківські реквізити, а також термін надання абонементної скриньки у користування. Під час подання заяви пред'являють оригінал свідоцтва про державну реєстрацію або його нотаріально завірнену копію.

Поштові скриньки, призначені для збирання від відправників простих листів і поштових карток та подальшого їх пересилання, національний оператор поштового зв'язку розміщує у зручних місцях: біля входу до об'єктів поштового зв'язку, на стоянках пересувних відділень поштового зв'язку, а також за погодженням із місцевим органом влади - на залізничних станціях, в аеропортах, морських і річкових портах, на пристанях, автовокзалах, житлових масивах та в інших доступних для користувачів місцях.

На поштових скриньках повинен бути логотип, що засвідчує належність до національного оператора поштового зв'язку, номер скриньки та година останнього виймання кореспонденції, а в сільській місцевості, крім того, поштовий індекс та дні виймання кореспонденції.

Технологія поштових відправлень і переказів. Поштові відправлення залежно від технології приймання, оброблення, пересилання, доставки

(вручення) поділяють на прості, рекомендовані, з оголошеною цінністю, звичайні.

З огляду на статус відправників і адресатів (одержувачів), установлені розряди поштових відправлень. За цим критерієм розрізняють урядові (поштові відправлення органів державної влади, що приймаються для пересилання за підписом посадових осіб) та військові (поштові відправлення, які відправляють чи одержують військові частини та їх особовий склад) повідомлення.

Залежно від способу пересилання виокремлюють прості (пересилаються мережею поштового зв'язку) і прискорені (пересилаються з використанням мереж електричного зв'язку) повідомлення.

Зважаючи на географічні особливості, їх класифікують на внутрішні (пересилають у межах України), до яких належать листи (прості, рекомендовані, з оголошеною цінністю); поштові картки (прості, рекомендовані); бандеролі (прості, рекомендовані, з оголошеною цінністю); секограми (прості, рекомендовані); посилки (звичайні, з оголошеною цінністю); прямі контейнери (звичайні, з оголошеною цінністю); поштові перекази (прості, прискорені). У цій групі розрізняють місцеві (пересилаються у межах населеного пункту, в сільській місцевості - у межах території, що обслуговується одним об'єктом поштового зв'язку) та іногородні (пересилаються за межі населеного пункту, в сільській місцевості - за межі території, що обслуговується одним об'єктом поштового зв'язку) поштові повідомлення.

До міжнародних поштових відправлень (пересилаються за межі України, надходять до України, пересилаються через територію України транзитом) належать листи (прості, рекомендовані), відправлення з оголошеною цінністю, поштові картки (прості, рекомендовані), бандеролі (прості, рекомендовані), секограми (прості, рекомендовані), мішки "М" (рекомендовані), дрібні пакети (рекомендовані), посилки (звичайні, з оголошеною цінністю), відправлення міжнародної прискореної пошти "ЕМЗ", згруповані поштові відправлення з позначкою "Консигнація".

Підприємства зв'язку перевозять пошту за всіма маршрутами і лініями залізничного, водного, повітряного, автомобільного транспорту згідно з договорами.

За неможливості розшукати адресантів не вручені їм поштові відправлення повертають відправникам, а за неможливості розшукати адресантів і відправників поштові відправлення зберігаються на підприємствах зв'язку протягом шести місяців.

8.4 Особливості надання інформаційно-консультативних послуг

У ринковій економіці виробникам товарів і послуг для успішного функціонування потрібна інформація про конкурентів, споживачів, постачальників сировини, технології, ціни, ситуацію на товарних ринках і ринках капіталу, загальну економічну і політичну кон'юнктуру, тенденції розвитку економіки, науки і техніки, правові умови господарювання та ін. Доступ до такої інформації вони можуть отримати внаслідок придбання необхідних інформаційних продуктів (послуг) на ринку інформації.

Ринок інформації - економічні відносини з приводу збирання, оброблення, систематизації, купівлі-продажу інформації (інформаційних товарів, послуг).

Часто між виробниками й споживачами інформації функціонують посередники. Актуальні потреби різноманітних суб'єктів в інформації зумовили формування ринку інформаційно-консультативних послуг. Суттєвою особливістю його є функціонування інформації як товару, ознаками якого є вартість, собівартість тощо. Вартість і собівартість мають і консультативні послуги, що сприяють розвитку виробництва, ефективному збуту товару.

Сучасний інформаційний ринок поєднує в собі такі складові:

а) інформація - сукупність відомостей, які сприймаються з навколишнього середовища (вхідна інформація), видаються у навколишнє середовище (вихідна інформація) або зберігаються у певній системі. Формами її існування є тексти, рисунки, креслення, звукові і світлові сигнали та ін.;

б) електронні угоди - дії щодо встановлення, зміни або припинення цивільних прав і обов'язків із використанням технічних і програмних можливостей електронних мереж. У сфері послуг такі угоди стосуються резервування місць і квитків у готелях, замовлень, продажу і обміну товарів і послуг, здійснення банківських та розрахункових операцій;

в) електронні комунікації - різноманітні засоби зв'язку і спілкування (мережа передавання даних, електронна пошта, телеконференції, електронні дошки оголошень і бюлетені).

В Україні діяльність суб'єктів, які займаються інформаційно-консультативним обслуговуванням, регулюють до 100 законодавчих і нормативно-правових актів, зорієнтованих на захист національного інформаційного простору. Найважливіші передусім закони України: "Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності" (1992 р.), "Про інформацію" (1992 р.), "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні" (1992 р.), "Про інформаційні агентства" (1995 р.), "Про захист інформації в автоматизованих системах" (1995 р.) тощо.

Однак у сфері інформатизації українського суспільства існують такі негативні фактори:

- незадовільне забезпечення державних органів достовірною економічною інформацією, що перешкоджає прийняттю ефективних управлінських рішень;

- неузгодженість багатьох законодавчих норм, які регулюють діяльність у сфері інформатизації;

- відсутність механізму включення інформаційних ресурсів у господарський обіг, що спричиняє економічні втрати, зниження конкурентоспроможності суб'єктів інформаційного ринку;

- відставання вітчизняних інформаційних технологій, орієнтація на закупівлю незахищеної імпортової техніки, що уможливорює несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів, підвищує залежність вітчизняних споживачів від закордонних виробників комп'ютерної і телекомунікаційної техніки.

Світовий інформаційний ринок є складною системою, яка поєднує в собі такі основні структурні елементи:

1) сектор ділової інформації, до якого належать **біржова і фінансова інформація** - інформація про котирування цінних паперів, валютні курси, дисконтні ставки, ринок товарів і капіталів, інвестиції, ціни (її джерелами є біржі, спеціальні служби біржової фінансової інформації, а комерційна цінність залежить від її повноти, точності та оперативності); економічна і статистична інформація - виражена в числах економічна, демографічна і соціальна інформація, яку надають органи управління економікою, державні та недержавні служби статистики у вигляді динамічних рядів, звітів, оцінок, прогнозів (цінність її залежить від повноти, точності, оперативності, доступності для споживача); **комерційна інформація** - дані про ситуацію на ринку товарів і послуг у розрізі галузей, підприємств, про асортимент продукції, поведінку споживачів;

2) сектор юридичної (нормативної) інформації, сформований із законодавчих, підзаконних (відомчих) документів за різноманітними аспектами господарської діяльності. Його утворюють загальногосподарські акти

(цивільне, господарське, податкове право); акти, що регламентують окремі напрямки діяльності (зовнішньоекономічна, торговельна, банківська, біржова, ліцензування видів діяльності, митні процедури, захист авторських прав та ін.); акти, які регламентують трансформацію прав власності (приватизація засобів виробництва, землі та ін.); нормативні документи і документи стандартизації (порядок сертифікації виробів, проблеми відповідальності за недотримання стандартів, а також проблеми, пов'язані з підвищенням попиту на сертифіковані товари);

3) масова інформація - інформація з найрізноманітніших питань буття світу, життя і діяльності людини, адресована широкому колу споживачів.

Результатом застосування нових інформаційних технологій є розвиток сфери інформаційних послуг - забезпечення споживачів різноманітними

інформаційними продуктами. При цьому інформаційні дані фігурують як продукти комп'ютерного оброблення.

Продукт інформаційної діяльності може існувати у матеріальній і нематеріальній формах, відображаючи уявлення виробника про певну предметну сферу.

Інформаційний продукт - сукупність даних, сформована їхніми виробниками для подальшого поширення.

Цінність інформаційного продукту для користувачів, а отже, і його комерційний успіх залежать від його здатності задовольнити потреби користувачів. При цьому одержувана інформація сприймається як первинні дані, яким ще необхідно стати інформацією.

На інформаційному ринку функціонує ділова, правова, екологічна, медична, масова споживча інформація та інформація для фахівців. Ринок інформаційних послуг поділяють на:

- глобальний (загальнопланетарний);
- міжнародний (охоплює групи країн);
- національний (телебачення, радіомовлення й інші засоби масової інформації у межах однієї країни);
- регіональний (теле- і радіопередачі у певному регіоні);
- локальний (міське радіомовлення, місцеві газети і журнали);
- точковий (інформаційні мережі в навчальних закладах, наукових установах, бібліотеках, музеях та ін.).

Найдинамічнішим сектором світового інформаційного ринку є сектор *ділової інформації* - інформації про товарні ринки і ринки конкретних країн.

8.5 Основні види консалтингових послуг і особливості їх надання

Важливою сферою діяльності суб'єктів підприємницького бізнесу є консалтинг, який є особливим видом послуг з необмеженою сферою застосування.

Консалтингові фірми надають послуги з дослідження, оцінювання, прогнозування процесів і явищ, моделювання поведінки клієнтів у певних ситуаціях тощо.

Консалтингові послуги, як відомо, полягають у наданні клієнтові обґрунтованої інформації з актуальних для нього проблем щодо найрізноманітніших об'єктів. Ці послуги класифікують на такі групи: загальне управління, адміністрування, фінансове управління, управління персоналом, маркетинг, виробництво, інформаційні технології, спеціалізовані сфери діяльності та ін.

Сучасні консалтингові фірми працюють на замовлення своїх клієнтів або на постійній основі. При цьому вони використовують такі методи консультування:

а) експертне консультування, суть якого полягає в діагностуванні консалтинговою фірмою проблемної ситуації, розробленні рішень і рекомендацій для їх впровадження. Роль клієнта полягає у забезпеченні консультанта інформацією та оцінюванні результатів його діяльності;

б) активна взаємодія консалтингової фірми з клієнтом на всіх етапах реалізації проекту. Завдання консалтингової фірми полягає у сприянні формулювання клієнтом ідей, пропозицій, самостійному аналізі проблем, пошуку оптимальних рішень. При цьому спеціалісти консалтингової фірми оцінюють вироблення рішення, за необхідності пропонують інші його варіанти;

в) навчальне консультування, яке зосереджене на організації тренінгів працівників фірм, що сприяє створенню необхідних інтелектуальних умов для розвитку їх новаторської діяльності.

Вибір методу консультування залежить від можливостей і потреб клієнтів у конкретних послугах (аудит, маркетинг, інжиніринг, правова допомога та ін.), а також можливостей суб'єкта консалтингової діяльності.

Бізнес-планування як вид консалтингу

Одним із найпоширеніших видів консалтингу є бізнес-планування, в якому різноманітні суб'єкти відчують потребу в період виходу на ринок,

опанування нових його сегментів, придбання промислових та інших об'єктів, отриманні кредитів. Тобто якщо суб'єкту бізнесу в певних ситуаціях не вистачає знань, досвіду, впевненості у кваліфікованості своїх кадрів, він вдається до послуг консалтингових фірм. До 60% консалтингових послуг припадає на консалтинг з інвестиційних, управлінських, юридичних, податкових питань.

Консалтинг із питань випуску та обігу цінних паперів. Фірми, що консультують щодо випуску та обігу цінних паперів, допомагають своїм клієнтам у виробленні стратегії поведінки на фондовому ринку, виборі видів цінних паперів, обсягів їх випуску і термінів проведення відкритої передплати, підготовці документів для реєстрації проекту емісії, підготовці зборів акціонерів, а також із питань придбання цінних паперів та ін.

Консалтинг із питань реструктуризації підприємств. Консультування з питань реструктуризації підприємств передбачає: оцінювання перспектив підприємства на ринку; оптимізування структури і системи управління підприємством, а також системи маркетингу і збуту; вдосконалення систем управління витратами, розроблення ефективної системи управління обліком і фінансами; оптимізацію майнового комплексу.

Результатом діяльності консалтингової фірми з цих питань можуть бути концепція (програма, план) реструктуризації з метою забезпечення адаптованості компанії до умов ринку, вироблення гнучкої системи планування управління і контролю виробництва, збуту.

Консалтинг із питань приватизації майна. Під час підготовки державних підприємств до приватизації виникають питання, що стосуються різноманітних правових, процедурних аспектів, підготовки документів тощо (розподіл акцій, терміни проведення етапів приватизації). Маючи їх у полі зору, консалтингові фірми розподіляють весь процес діяльності на такі етапи: аналіз стану підприємства; проведення перед приватизаційної реструктуризації; супровід підприємства у процесі приватизації (від наказу Фонду державного майна про приватизацію до перших загальних зборів акціонерів). При цьому

вони розробляють усі необхідні документи і супроводжують їх проходження у відповідних інстанціях.

Консалтинг щодо оптимізації споживчих якостей товарів і послуг. Консалтингові послуги щодо оптимізації споживчих характеристик товарів і послуг пов'язані з їх тестуванням, дослідженням споживчих переваг, аналізом аналогічних досліджуваних товарів і послуг, а також їх замінників. Важливим напрямком їхньої роботи є виявлення чинників, що впливають на попит.

Консалтинг щодо організації служби маркетингу на підприємстві, проведення маркетингових досліджень, реалізації маркетингових програм. Програму маркетингових досліджень консалтингові фірми розробляють окремо для кожного підприємства після вивчення особливостей його бізнесу й аналізу проблем (експертиза ринкового становища; вивчення кон'юнктури ринку; дослідження конкуренції та основних конкурентів; вивчення споживачів; аналіз галузі, регіону). При цьому використовують масові, експертні, поштові, телефонні інтерв'ю, аналіз статистичних матеріалів та інші методи дослідження. Однією із найпоширеніших маркетингових послуг консалтингових фірм є планування і проведення рекламних акцій з метою стимулювання споживчого попиту, збільшення обсягів продажів, підвищення впізнаваності торгової марки, товару і послуг. При цьому вони не тільки організовують і контролюють реалізацію рекламних акцій, а й аналізують їх результати, оцінюючи ефективність використовуваних методів і засобів.

Консалтинг з юридичних питань. Стосуються вони здебільшого таких питань: розроблення і створення установчих документів підприємств та організацій, їх реєстрація і внесення змін до них, ліквідація існуючих підприємств; одержання ліцензій на види діяльності підприємств, що потребують обов'язкового ліцензування; розроблення, формування, супровід, ревізія внутрішньої нормативної бази клієнта.

Найкраще, якщо юридична допомога здійснюється на довгостроковій основі. Консультанту вигідніше працювати з постійними клієнтами. Вигідно це

і клієнту (послуги для постійних клієнтів, зазвичай, є дешевшими та оперативнішими).

8.6 Підходи щодо оцінки якості телекомунікаційних послуг

Телекомунікаційна сфера відіграє важливу роль в економіці України. Зростання ефективності виробництва на підприємствах зв'язку залежить від багатьох факторів, серед яких важливе місце, належить якості. Якість – це сукупність властивостей, які обумовлюють придатність послуги задовольняти певні потреби у відповідності до її призначення. Якість зв'язку завжди була одним з найважливіших показників у галузі зв'язку, яка належить до категорії складних і динамічних понять. Динамічність категорії “якість” полягає в тому, що вимоги щодо якості оцінюваних об'єктів, сподівання стосовно них змінюються надто швидко. На теперішній час існують міжнародні стандарти, які визначають концепцію загального управління якістю. Система стандартів ISO ДСТУ серії 9000-2001 “Системи управління якістю. Основні положення та словник”, ДСТУ ISO 9004-20014 “Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності”. ISO 9011 визначає основні правила та процедури оцінки якості які здійснюються системою управління якістю. У міжнародних стандартах використовуються два терміни, які характеризують якість – якість обслуговування та якість послуги. Якість обслуговування – сукупність властивостей послуги, які обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби. До якості самої послуги відносяться сама телекомунікаційна послуга, якість її надання споживачеві.

Показники якості поділяються на технічні та організаційні показники. Технічні показники є показниками якості послуг, а організаційні – якістю обслуговування. До технічних показників відносяться: доступність, надійність, якість передавання, безперебійність. До організаційних показників відносяться: якість роботи служби ремонту, зв'язок абонента з адміністрацією, доступність адміністрації тощо.

При оцінці роботи мережі важливим показником є якість послуг, що надається абонентам. Якість є невід'ємною складовою телекомунікаційних послуг, а об'єктивне визначення рівня якості наданих послуг є необхідною складовою задоволення потреб користувачів, довговічний успіх оператора зв'язку залежить від того, наскільки ефективно задовольняються вимоги і очікування абонентів.

Наявність та застосування стандартів дозволяє здійснювати контроль якості послуг зв'язку, який полягає в оцінці відповідності якості надаваних послуг рівню, визначеному національними стандартами, міжнародними вимогами, або іншими нормативними документами.

Чинна система стандартів оцінки якості телекомунікаційних послуг показує, що вона ґрунтується на показниках, які не враховують реакцію споживачів на якість послуг. До основних недоліків, які визначають такий стан існуючої системи оцінки якості телекомунікаційних послуг, слід віднести наступні:

- система передбачає застосування показників, кількісна оцінка яких розраховуються на основі даних за певний період у минулому, що не дозволяє використовувати їх для планування рівня якості телекомунікаційних послуг;
- показники, які використовуються для оцінки рівня якості, в більшості випадків, не враховують реакцію споживача або враховують її, але опосередковано, тобто існуюча система показників якості телекомунікаційних послуг орієнтована на оператора й контролюючі органи;
- система не передбачає використання єдиного (інтегрального) показника рівня якості телекомунікаційних послуг;
- відсутній чіткий взаємозв'язок між системою технічних показників, які характеризують якість функціонування телекомунікаційної мережі, системою показників якості телекомунікаційних послуг та системою оцінки економічної діяльності оператора;
- відсутні єдині критерії та методики технічного аудиту основних параметрів якості телекомунікаційних послуг.

Перераховані недоліки пов'язані між собою та не можуть бути повністю вирішені окремо. Їх вирішення потребує комплексного підходу. Необхідною умовою вирішення проблеми є розробка методики переходу від системи оцінки якості до системи планування якості. Основною метою заходів, спрямованих на удосконалення існуючої системи оцінки якості телекомунікаційних послуг, повинна бути орієнтація на споживача та встановлення чітких взаємовідносин між оператором та споживачем з приводу контролю рівня якості наданих телекомунікаційних послуг.

Оптимальним методом для розробки заходів, спрямованих на удосконалення існуючої системи оцінки якості телекомунікаційних послуг, орієнтованих на споживача, є метод структурування (розгортання) функції якості. Структурування функцій якості (СФЯ) – це метод структурування потреб і побажань споживача через розгортання функцій й операцій діяльності по забезпеченню на кожному етапі життєвого циклу проекту створення продукції (послуги) такої якості, яке б гарантувало одержання кінцевого результату, що відповідає очікуванням споживача. Відповідно до методу СФЯ вимоги споживача слід розгортати й конкретизувати поетапно – від передінвестиційних досліджень до передпродажної підготовки. Основним інструментом СФЯ є таблиця, що одержала назву “будинок якості” (Quality House). У ній відображається зв'язок між фактичними показниками якості (споживчими властивостями) і допоміжними показниками (технічними вимогами). Метод СФЯ дозволяє не тільки формалізувати процедуру визначення основних характеристик послуг зв'язку з урахуванням побажань споживача, але й приймати обґрунтовані рішення з управління якістю послуг. Переваги цього проекту у тому, що там можна побачити думку споживачів, а це дуже важливо при розробці нових методів щодо удосконалення існуючої оцінки якості телекомунікаційних послуг.

Питання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте основні особливості й види послуг зв'язку.
2. Розкрийте особливості структури національної системи зв'язку.
3. Які основні вимоги висувають до організації надання послуг електрозв'язку?
4. Надайте характеристику законодавчої та нормативної бази, що регламентують надання телекомунікаційних послуг
5. Які напрямки розвитку торгівлі послугами зв'язку є пріоритетними в сучасних умовах?
6. У чому полягають взаємні права і обов'язки підприємств сфери зв'язку і їхніх споживачів?
7. Охарактеризуйте особливості конкуренції на ринку послуг зв'язку.
8. Які послуги зв'язку мають, на ваш погляд, найбільшу перспективу? Обґрунтуйте свої міркування.
9. Дайте визначення ринку інформації.
10. Визначте складові сучасного інформаційного ринку та надайте характеристику.
11. Від чого залежать формування, структура, функціонування суб'єктів інформаційного ринку?
12. Визначте негативні фактори в сфері інформатизації.
13. Визначте поняття інформація, інформаційний продукт, інформаційна послуга
14. Наведіть основні структурні елементи світового інформаційного ринку.
15. Наведіть класифікацію ринку інформаційних послуг.
16. Охарактеризуйте інформаційно-консультативні послуги
17. Які існують підходи до оцінки якості телекомунікаційних послуг?

ТЕМА 9. ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ

План

9.1 Житлово-комунальні послуги, їхня структура, класифікація.

9.2 Основні законодавчі і нормативні документи та договірні відносини при наданні житлово-комунальних послуг

9.3 Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг

9.4 Одноставкові та двоставкові тарифи на послуги водо- і теплопостачання

9.1 Житлово-комунальні послуги, їхня структура, класифікація

Житлово-комунальне господарство є важливою соціальною галуззю народного господарства, яка задовольняє потреби населення, підприємства та організації в житлі, розв'язанні комунальних проблем

Житлово-комунальне господарство — комплекс самостійних служб, покликаних задовольняти потреби територіальної громади в комунальних послугах (санітарно-технічних, енергетичних, транспортно-комунальних, готельних).

Відповідно до Загального класифікатора галузей народного господарства України, житлово-комунальне господарство об'єднує:

- житлове господарство: домоуправління, житлово-експлуатаційні контори (ЖЕК), житлово-комунальні відділи (ЖКВ), житлово-комунальні контори (ЖКК) підприємств і організацій, комендатури житлових будинків і гуртожитків (крім гуртожитків для приїжджих), дачні та житлові кооперативи;

- гуртожитки навчальних закладів: гуртожитки ВНЗ, технікумів, училищ, шкіл та інших навчальних закладів.

- жилі будинки, а також житлові приміщення в інших будівлях, що знаходяться на території України, утворюють житловий фонд, до складу якого належать жилі будинки і житлові приміщення в інших будівлях, що належать державі (державний житловий фонд);

- жилі будинки і житлові приміщення в інших будівлях, які належать аграрним спілкам, іншим кооперативним організаціям, їх об'єднанням, профспілковим та іншим громадським організаціям (громадський житловий фонд);

- жилі будинки, що належать житлово-будівельним кооперативам (фонд житлово-будівельних кооперативів);

- жилі будинки (частини будинків), квартири, які належать громадянам на правах приватної власності (приватний житловий фонд).

До житлового фонду не належать нежилі приміщення в жилих будинках, призначені для торговельних, побутових та інших потреб непромислового характеру. Державне управління щодо використання і збереження житлового фонду в Україні здійснює Міністерство житлово-комунального господарства України. Державний контроль за використанням і збереженням житлового фонду здійснюють у межах своїх повноважень органи державної влади на місцях та місцевого самоврядування. Вони керують житловим господарством, підпорядкованими підприємствами, установами й організаціями галузі, забезпечують комплексний розвиток, збереження, правильну експлуатацію, капітальний і поточний ремонт житлового господарства.

За експлуатацію державного і громадського житлового фонду відповідають житлово-експлуатаційні організації, діяльність яких здійснюється на засадах господарського розрахунку. Вони також забезпечують збереження і належне використання житлового фонду, якість обслуговування громадян, а також контроль за дотриманням громадянами правил користування жилими приміщеннями, утримання жилого будинку і прилеглої території.

Комунальні підприємства поділяють на такі види:

- комунальні підприємства, які надають населенню індивідуальні послуги, постачають йому переважну частину своєї продукції або виконують роботи в інтересах інших комунальних підприємств;

- комунальні підприємства, які на засадах самофінансування обслуговують індивідуальних споживачів;

- комунальні підприємства, що виробляють неподільну продукцію загального користування і фінансуються переважно з місцевого бюджету.

Основним продуктом діяльності комунальних підприємств є житлово-комунальні і комунальні послуги.

Житлово-комунальні послуги — результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання і перебування осіб у жилих і нежилих приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил.

Якість цих послуг означає їхню відповідність певній сукупності нормативних характеристик, що визначає їх здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до законодавства.

Комунальні послуги — результат господарської діяльності, спрямованої на задоволення потреб фізичних, юридичних осіб у забезпеченні холодною та гарячою водою, водовідведенням, газо- та електропостачанням, опаленням, а також вивезення побутових відходів у порядку, встановленому законодавством.

Житлово-комунальні послуги поділяються за функціональним призначенням, видами і порядком затвердження цін (тарифів).

Залежно від функціонального призначення житлово-комунальні послуги поділяють на:

1) комунальні послуги (централізоване постачання холодної та гарячої води, водовідведення, газо- та електропостачання, централізоване опалення, вивезення побутових відходів тощо);

2) послуги з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій (прибирання приміщень будинків і прибудинкової території, санітарно-технічне обслуговування, обслуговування мереж усередині

будинку, утримання ліфтів, освітлення місць загального користування, поточний ремонт, вивезення побутових відходів тощо);

3) послуги з управління будинком, спорудою або групою будинків (утримання на балансі, укладання договорів на виконання послуг, контроль за дотриманням умов договору тощо);

4) послуги з ремонту приміщень, будинків, споруд (заміна, підсилення елементів конструкцій і мереж, їхня реконструкція, відновлення спроможності несучих елементів конструкцій тощо).

До основних видів житлово-комунальних послуг належать:

- санітарно-технічні (постачання та відведення води, каналізація, вивезення й знешкодження відходів і сміття, прибирання території населеного пункту, утримання місць загального користування, чищення димоходів, здійснення протипожежних заходів, дезінфекція тощо);

- теплоенергетичні (електро-, газо- і теплопостачання тощо);

- квартирні (капітальний ремонт будинків, споруд, обладнання, поточний ремонт житлового фонду, зокрема профілактичний та непередбачений, експлуатація, утримання, обслуговування ліфтів тощо);

- транспортно-комунальні (проїзд у міському транспорті, зокрема приватному, ремонт доріг);

- готельні (надання умов для проживання, харчування клієнтів, доставка речей, квитків тощо).

Залежно від порядку затвердження цін (тарифів) на житлово-комунальні послуги їх поділяють на такі групи:

1) житлово-комунальні послуги, ціни (тарифи) на які затверджують спеціально уповноважені центральні органи виконавчої влади;

2) житлово-комунальні послуги, ціни (тарифи) на які затверджують органи місцевого самоврядування для надання на відповідній території;

3) житлово-комунальні послуги, ціни (тарифи) на які визначаються винятково за договором (домовленістю сторін).

У разі зміни вартості житлово-комунальних послуг виконавець (виробник) не пізніше ніж за 30 днів повідомляє про це споживача із зазначенням причин зміни вартості, наданням відповідних обґрунтувань з посиланням на погодження відповідних органів.

Плату за житлово-комунальні послуги нараховують щомісячно відповідно до умов договору. Розмір її визначають на основі затверджених цін (тарифів) і показань засобів обліку або відповідно до затверджених норм. Платню за утримання будинків, споруд, прибудинкових територій встановлюють залежно від їх капітальності, рівня облаштування і благоустрою. У платіжному документі мають бути передбачені графи для зазначення поточних і попередніх показань засобів обліку споживання комунальних послуг, різниці цих показань або затверджених норм, ціни (тарифу) на певний вид комунальних послуг і суми, яка належить до сплати за надану послугу.

9.2 Основні законодавчі й нормативні документи та договірні відносини при наданні житлово-комунальних послуг

Питання, пов'язані з наданням житлово-комунальних послуг населенню, регулюються низкою законів і ще більшою кількістю підзаконних нормативно-правових актів, розібратися в яких звичайному споживачу не просто.

Відносини у сфері житлово-комунального комунальних послуг належать до категорії цивільно-правових, тому одним із основних документів, що регламентують цю сферу, є Цивільний кодекс України (ЦКУ). Також такі відносини регулюють спеціальні акти, такі як Житловий кодекс України (ЖКУ) і Закон України «Про житлово-комунальні послуги».

Крім того, оскільки кожен мешканець є одночасно споживачем житлово-комунальних послуг, то на ці відносини поширюється дія Закону України «Про захист прав споживачів» .

До підзаконних актів у сфері житлово-комунальних послуг належать акти Кабінету Міністрів і профільного органу центральної виконавчої влади — Міністерства житлово-комунального господарства. Наприклад, Постановою Кабінету Міністрів України від 9 грудня 1999 року № 2246 затверджено Правила надання населенню послуг з газопостачання; Постановою КМУ від 26 липня 1999 року № 1357 — Правила користування електричною енергією для населення; Постановою КМУ від 21 липня 2005 року №630 — Правила надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення тощо. Крім того, є різні стандарти, нормативи, методичні вказівки.

Недосконалість системи соціального захисту населення у сфері житлово-комунального господарства, неякісне надання житлово-комунальних послуг, низький рівень поінформованості населення, неузгодженість норм законодавства і відсутність у ньому достатніх норм щодо регулювання взаємовідносин споживачів і виробників/виконавців житлово-комунальних послуг зумовлюють зростання незадоволення серед населення.

Проблеми житлово-комунального господарства є актуальними й невідкладними, адже це нагальні питання повсякденного життя, які стосуються без винятку усіх громадян.

Однією із причин, що веде до виникнення проблем є неукладання договорів на надання житлово-комунальних послуг. На перший погляд, ця проблема нібито є і дрібною, але з її вирішенням поліпшиться ситуація взаємовідносин між споживачами та виробниками/виконавцями житлово-комунальних послуг.

Аналізу проблем у цій сфері має передувати розгляд законодавства.

Так, основні засади організаційних, господарських відносин, що виникають у сфері надання та споживання житлово-комунальних послуг між

їхніми виробниками, виконавцями і споживачами, а також їхні права та обов'язки визначає Закон України "Про житлово-комунальні послуги" (далі - Закон).

У статті 19 Закону визначено, що відносини між учасниками договірних відносин у сфері житлово-комунальних послуг здійснюються виключно на договірних засадах.

Учасниками відносин у сфері житлово-комунальних послуг є: власник, споживач, виконавець, виробник. Виробник послуг може бути їх виконавцем.

Сторони договору. Якщо однією стороною договору про надання комунальних послуг є споживач, то з визначенням другої сторони часто виникають труднощі. Річ у тім, що в Україні фактично існує два способи надання житлово-комунальних послуг споживачеві: через балансоутримувача і виконавцем напряду.

Балансоутримувачем зазвичай є ЖЕК, ЖБК та ОСББ. Ці організації безпосередньо надають послуги з управління та утримання будинку і прибудинкової території. А в деяких випадках мешканці укладають з ними договори на послуги з централізованого опалення, холодного і гарячого водопостачання, водовідведення і навіть газо- та електропостачання. Своєю чергою, ЖЕК, ЖБК та ОСББ укладає договір про надання комунальної послуги з безпосереднім постачальником (водоканалом, тепломережею, газо- або енергопостачальною організацією).

Якщо виробник послуги є одночасно і її безпосереднім виконавцем, то мешканець має справу з декількома договорами, другою стороною в яких є обслуговуючі організації — ЖЕК, ЖБК, ОСББ, водоканал, тепломережа, газо- і енергопостачальна організація тощо.

Істотні умови. Незалежно від того, з ким укладено договір, з виконавцем або виробником послуги, істотними умовами договору про надання житлово-комунальних послуг, згідно зі ст. 26 ЗУ «Про житлово-комунальні послуги», є:

- найменування сторін;
- предмет договору;

- вичерпний перелік житлово-комунальних послуг, тарифи та їхні складові на кожну з цих послуг, загальна вартість послуг;
- порядок оплати за спожиті житлово-комунальні послуги;
- порядок перерахунків розміру плати за житлово-комунальні послуги в разі їх ненадання або надання не в повному обсязі, зниження їх якості;
- права і обов'язки сторін;
- порядок контролю і звітності сторін;
- порядок вимірювання визначення обсягів і якості наданих послуг;
- визначення точок розподілу, в яких відбувається передання послуг від виконавця/виробника споживачеві;
- порядок обслуговування мереж і розподіл повноважень щодо їх експлуатації та відновлення (ремонту);
- умови доступу в квартиру, будинок, приміщення, на земельну ділянку для усунення аварій, неполадок, огляду мереж, зняття контрольних показників засобів обліку;
- порядок здійснення ремонту;
- відповідальність сторін і штрафні санкції за невиконання умов договору;
- порядок вирішення суперечок;
- перелік форс-мажорних обставин;
- термін дії договору;
- умови зміни, пролонгації, припинення дії договору;
- дата і місце укладення договору.

Крім істотних, договір може містити інші умови за згодою сторін. Таким чином, споживач має повне право просити виконавця або виробника послуг про внесення в договір додаткових умов. Процедура узгодження договору відбувається протягом одного місяця з дня подання проекту договору однієї із сторін. Договір про надання житлово-комунальних послуг набуває чинності з моменту його укладення.

Договір не може містити умов, які запроваджують додаткові види оплати послуг, не передбачені типовими договорами про надання житлово-комунальних послуг, затверджених Кабінетом Міністрів України.

Наприклад, Типовий договір про надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій затверджено Постановою КМУ від 20 травня 2009 року №529 . Кожен споживач може ознайомитися з його змістом і перевірити, наскільки відповідають умови Типового договору умовам конкретної угоди з мешканцем.

Варто наголосити про ситуації, коли договір про надання житлово-комунальних послуг не укладено. У такому випадку, з одного боку, у виробника немає правових підстав вимагати від споживача оплати наданих послуг, а з іншого — немає підстав і для їх надання. Тим не менше, судова практика в таких справах йде тим шляхом, що якщо послугу надали, а споживач не заперечував проти її надання, оплачувати житлово-комунальні послуги він зобов'язаний. У будь-якому випадку, кожен споживач має пам'ятати, що він може вимагати у виконавця або виробника укладення з ним договору про надання комунальної послуги, а останній не може споживачеві в цьому відмовити.

Права та обов'язки споживача. Кожен споживач житлово-комунальних послуг повинен знати про те, які права та обов'язки він має.

Так, згідно зі ст. 20 ЗУ «Про житлово-комунальні послуги», споживач має право:

1) отримувати вчасно і відповідної якості житлово-комунальні послуги відповідно до законодавства та умов договору про надання житлово-комунальних послуг;

2) одержувати в установленому законодавством порядку необхідну інформацію про перелік житлово-комунальних послуг, їхню вартість, загальну вартість місячного платежу, структуру ціни/тарифу, норми споживання, порядок надання житлово-комунальних послуг, їхні споживчі властивості тощо;

3) на відшкодування збитків, завданих його майну та/або приміщенню, шкоди, завданої життю або здоров'ю внаслідок неналежного надання або ненадання житлово-комунальних послуг;

4) на усунення протягом строку, встановленого договором або чинним законодавством, виявлених недоліків у наданні житлово-комунальних послуг;

5) на зменшення розміру плати за надані послуги в разі їх ненадання або надання не в повному обсязі, зниження їх якості в порядку, визначеному договором або законодавством;

6) на несплату вартості житлово-комунальних послуг за період тимчасової відсутності споживача та/або членів його родини за відповідного документального оформлення, а також за період фактичної відсутності житлово-комунальних послуг, визначених договором у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;

7) отримувати від виконавця компенсацію в розмірі, визначеному договором, рішенням суду або законодавством, за перевищення нормативних термінів на проведення аварійно-відновлювальних робіт;

8) на перевірку кількості і якості житлово-комунальних послуг у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Споживач має право на укладення договору з виконавцем відповідних послуг на профілактику, перевірку, а також заміну або ремонт санітарно-технічних приладів, пристроїв, обладнання та засобів обліку, які вийшли з ладу.

Споживач зобов'язаний:

1) укласти договір на надання житлово-комунальних послуг, підготовлений виконавцем на основі типового договору;

2) вчасно вживати заходів щодо усунення виявлених несправностей, пов'язаних з отриманням житлово-комунальних послуг, які виникли з його власної провини;

3) забезпечувати цілісність засобів обліку комунальних послуг і не втручатися в їхню роботу;

- 4) власним коштом ремонтувати і замінювати санітарно-технічні прилади і пристрої, обладнання, що вийшли з ладу з його провини;
- 5) оплачувати житлово-комунальні послуги в терміни, встановлені договором або законом;
- 6) дотримуватися правил пожежної і газової безпеки, санітарних норм;
- 7) допускати в приміщення, будинки і споруди представників виконавця/виробника в порядку, визначеному законом та договором, для ліквідації аварій, усунення неполадок санітарно-технічного та інженерного обладнання, його встановлення і заміни, проведення технічних і профілактичних оглядів та перевірок показників засобів обліку;
- 8) дотримуватися вимог житлового і містобудівного законодавства щодо здійснення ремонту або реконструкції приміщень або їхніх частин, не допускати порушення законних прав та інтересів інших учасників відносин у сфері житлово-комунального комунальних послуг;
- 9) вчасно проводити підготовку житлового будинку, квартири і його технічного обладнання до експлуатації в осінньо-зимовий період;
- 10) у разі невчасного здійснення платежів за житлово-комунальні послуги сплачувати пеню у встановлених законом або договором розмірах.

Розірвання договору споживачем. Трапляється, що та чи інша комунальна послуга не потрібна. Це може бути пов'язано з тим, що споживач не задоволений якістю послуги або більше не має потреби в ній, оскільки він і члени його сім'ї тимчасово виїжджають з житлового приміщення.

Відповідно до частини 6 ст. 26 ЗУ «Про житлово-комунальні послуги» у разі зникнення потреби в отриманні послуги або відмови споживача від користування послугою виконавця або виробника споживач має право розірвати договір у порядку, встановленому законом.

Така можливість передбачена і низкою підзаконних нормативних актів, що регулюють порядок надання окремих комунальних послуг. Так, Правилами надання населенню послуг з газопостачання передбачена можливість відмови споживача від послуг з газопостачання на підставі письмової заяви. Її подають

підприємству, з яким укладено договір з газопостачання, за 7 днів до передбачуваної дати відключення. Припинення газопостачання здійснюється шляхом відключення приладів та їх опломбування після проведення розрахунків за надані послуги. Так само розривають догові між споживачем і енергопостачальною організацією згідно з Постановою КМУ від 26 липня 1999 р. № 1357 «Про затвердження Правил користування електричною енергією для населення». За 7 днів споживач повинен повідомити енергопостачальну організацію про своє бажання припинити користуватися електроенергією і провести повний розрахунок. Відповідно до Правил надання послуг з централізованого опалення, постачання холодної та гарячої води і водовідведення та умовами Типового договору, споживач має право не сплачувати вартість послуг за період тимчасової відсутності його і членів його родини після відключення виконавцем холодної та гарячої води і опломбування кранів у квартирі.

Утім, у деяких випадках можливість односторонньої відмови від договору окремим споживачем обмежена законодавчо. Так, згідно з Наказом Міністерства будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства № 4 від 22.11. р., з подальшими змінами, внесеними Наказом Міністерства житлово-комунального господарства № 169 від 06.11.2007 р., відключення від мережі центрального опалення можливо лише щодо всього житлового будинку. Заяви мешканців про індивідуальне відключення від мережі центрального опалення не розглядають. Щоб від'єднати будинок від системи центрального опалення, треба скликати загальні збори мешканців будинку, на якому ухвалити рішення про відключення всього будинку від тепломережі. Причому таке рішення мають підтримати всі власники. Далі потрібно подати копію протоколу загальних зборів мешканців разом із заявою в міжвідомчу Комісію для розгляду питань про відключення споживачів від мереж ЦО і ГВП. Рішення Комісії ухвалюють за наявності затвердженої органом місцевого самоврядування оптимізованої схеми перспективного розвитку систем теплопостачання населеного пункту та згідно з нею.

«Ніхто не може змусити вас укласти з ЖЕК договір про надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, якщо він не відповідає вимогам, які передбачені постановою Кабміну України № 529 від 20 травня 2009 року «Про затвердження типового договору про надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій».

В останні кілька років ми стали свідками необґрунтованих вимог керівництва ЖЕК переукладати договір про надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій у добровільно-примусовому порядку. Правильно роблять мешканці, які не підписують договори, що порушують їхні права та законні інтереси.

Згідно зі ст. 20 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» споживач зобов'язаний укласти договір про надання житлово-комунальних послуг, підготовлений виконавцем на основі типового договору. І ось тут виникає питання, а чи відповідає договір, який нав'язує нам ЖЕК, типовому? Зазвичай, ні.

Постанова Кабміну України № 529 від 20 травня 2009 року «Про затвердження типового договору про надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій» дійсно затверджує типовий договір, який і має відповідати договору, що нам пропонує ЖЕК. Зразок договору можна знайти в Інтернеті. Також хотілося б звернути увагу на перелік послуг, що надає ЖЕК, за які ми можемо платити. Згідно з типовим переліком послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, такими послугами є:

- прибирання прибудинкової території;
- прибирання сходових майданчиків;
- вивезення побутових відходів (збір, зберігання, перевезення, переробка, утилізація, знешкодження і поховання);
- прибирання підвалів, технічних поверхів і покрівлі;
- технічне обслуговування ліфтів;
- обслуговування систем диспетчеризації;

- технічне обслуговування внутрішньобудинкових систем гарячого водопостачання; холодного водопостачання, водовідведення, теплопостачання; зливової каналізації;
- дератизація;
- дезінсекція;
- обслуговування димовентиляційних каналів;
- технічне обслуговування і поточний ремонт систем протипожежної автоматики та димовидалення, а також інших внутрішньобудинкових інженерних систем за їх наявності;
- поточний ремонт конструктивних елементів, внутрішньобудинкових систем гарячого і холодного водопостачання, водовідведення, теплопостачання і зливової каналізації та технічних пристроїв будинків і елементів зовнішнього благоустрою, розміщених на закріпленій в установленому порядку прибудинковій території (зокрема спортивних, дитячих та інших майданчиків);
- полив дворів, клумб і газонів;
- прибирання і вивезення снігу, посипання частини прибудинкової території, призначеної для проходу та проїзду, протиожедичними сумішами;
- експлуатація номерних знаків на будинках;
- освітлення місць загального користування та підвалів і підкачування води;
- енергопостачання ліфтів;
- періодична перевірка, обслуговування і ремонт квартирних засобів обліку води і теплової енергії, у тому числі їх демонтаж, транспортування та монтаж після перевірки.

Цей перелік послуг є вичерпним і нічого іншого ЖЕК не має права Вам нав'язувати! Пряма заборона на це передбачена ст. 26 ЗУ «Про житлово-комунальні послуги», крім істотних договір може містити інші умови за згодою сторін. Договір не може містити умов, які запроваджують додаткові види

оплати послуг, які не передбачені типовими договорами про надання житлово-комунальних послуг, затверджених Кабінетом Міністрів України.

Якщо ЖЕК готовий укласти договір в рамках прав, передбачених чинним законодавством України, то, на мій погляд, доцільно обговорити й погодити також інші умови укладення договору з ЖЕК, які відповідають зокрема і Вашим законним інтересам.

9.3 Характеристика основних видів житлово-комунальних послуг

Розглянемо питання щодо організації і технологія надання комунальних послуг. До комунальних належать послуги, які надають населенню для забезпечення побутових умов за місцем проживання: послуги газо-, водопостачання і водовідведення, вивезення сміття та нечистот тощо.

Надання послуг газопостачання. Послуги газопостачання надають газопостачальні підприємства та організації, а також державні комунальні підприємства на договірній основі. Ця група послуг охоплює здійснення газифікації; безперебійне постачання природного газу; проведення перевірок і планового ремонту газопостачальних мереж; встановлення і ремонт газових приладів (кухонні плити, газові колонки, газові котли) на замовлення споживачів; встановлення та опломбування газових лічильників, перевірка їх справності. У процесі надання цих послуг підприємство зобов'язує споживача:

- пройти інструктаж з безпечного користування газом у побуті й ознайомитися з інструкціями користування газовими приладами;
- безперешкодно допускати у свої житлові та підсобні приміщення, де розташовані газові прилади, представників підприємств газопостачання після пред'явлення ними відповідних службових посвідчень;
- за відсутності лічильника газу не пізніше ніж у десятиденний термін повідомляти підприємство газопостачання про зміни розміщення газових приладів та їх кількість, а після закінчення

опалювального періоду звернутися на підприємство газопостачання із заявою щодо отримання послуг газопостачання у літній період;

- не пізніше ніж за 7 днів до звільнення приміщення або остаточного припинення отримання послуг газопостачання повідомити підприємство газопостачання про розірвання договору та розрахуватися за надані послуги;

- забезпечувати збереження і цілісність лічильників газу та пломб на них;

- у разі проживання в приватному будинку утримувати у технічно справному стані димоходи, створювати умови для їх очищення та перевірки, здійснювати вентиляцію підвальних приміщень, герметизацію електроприладів (електрокабелів та ін.).

Роздрібні ціни на природний газ встановлює Національна комісія з питань регулювання електроенергетики України.

Обсяги використаного споживачами газу визначають:

- у будинках, де не встановлені квартирні лічильники газу, за показниками лічильників газу (будинкових або групи будинків) із подальшим розподілом обсягів спожитого газу між споживачами пропорційно кількості мешканців у квартирі або в іншому ізольованому житловому приміщенні;

- у будинках, де частково встановлені квартирні лічильники газу, споживачі, що мають їх, вираховують обсяги спожитого газу за показаннями, а споживачі, що не мають квартирних лічильників газу - за показаннями лічильників газу (будинкових або групи будинків), з яких виключають сумарні показання квартирних лічильників газу, встановлених у цьому будинку або групі будинків, із подальшим розподілом цієї різниці газорозподільною організацією між споживачами, які не мають квартирних лічильників газу, пропорційно кількості мешканців у квартирі або в іншому ізольованому житловому приміщенні.

Надання послуг водопостачання і водовідведення. Реалізація послуг водопостачання і водовідведення здійснюється на договірній основі між підприємством водопостачання і споживачем. Відповідно до Правил користування системами комунального водопостачання та водовідведення в містах і селищах України, комунальне підприємство водоканалу (КПВ) повинно забезпечувати споживачу постачання питної води з комунального водопроводу та приймання стічних вод до комунальної каналізаційної системи, а споживач зобов'язується своєчасно сплачувати вартість зазначених послуг за умовами договору.

За рахунок власних коштів КПВ усуває пошкодження водопровідної та каналізаційної мереж до зовнішнього зрізу будинку (споруди), які виникли не з вини споживача, а також на його прохання замінює, ремонтує несправні водолічильники за його рахунок і з попередньою оплатою послуг. За згодою сторін і на підставі попередньої оплати, відповідно до тарифів або кошторису, КПВ може надавати і додаткові послуги.

Оплата за послуги водопостачання та водовідведення здійснюється згідно із затвердженими тарифами до 20 числа поточного місяця через банк на підставі даних індивідуальної розрахункової книжки.

Послуги, пов'язані з утриманням квартири

Відповідно до Конституції України громадяни мають право на одержання у безстрокове користування у встановленому порядку жилого приміщення в будинках державного чи громадського житлового фонду або у будинках житлово-будівельних кооперативів, а також на приватизацію квартир (будинків) державного житлового фонду або придбання їх у житлових кооперативах, на біржових торгах, шляхом індивідуального житлового будівництва чи одержання у власність на передбачених законодавством підставах.

Норма жилої площі в Україні встановлюється в розмірі 13,65 м² на одну особу, загальної — 21 м². Жиле приміщення може бути надано з перевищенням норми жилої площі, якщо воно становить одну кімнату (однокімнатну квартиру) або призначене для осіб різної статі. Понад норму жилої площі окремим категоріям громадян надається додаткова житлова площа (кімната в розмірі десяти квадратних метрів).

Користування жилим приміщенням у будинках державного і громадського житлового фонду здійснюється відповідно до договору найму житлового приміщення, який укладається у письмовій формі на підставі ордера на нього. Суб'єктами цього договору є наймодавець (житлово-експлуатаційна організація, за її відсутності — відповідне підприємство, установа, організація) і наймач (громадянин, на ім'я якого виданий ордер). Предметом договору найму жилого приміщення в будинках державного і громадського житлового фонду є окрема квартира або інше ізольоване жиле приміщення, а також одноквартирний жилий будинок. Громадяни, які мають у приватній власності будинок (його частину), квартиру, користуються ним (нею) для особистого проживання і проживання членів їхніх сімей, мають право розпоряджатися цією власністю на свій розсуд: продавати, дарувати, заповідати, здавати в оренду, обмінювати, закладати, укладати інші угоди.

Власники зобов'язані забезпечувати збереження будинків і квартир, здійснювати за свій рахунок їх поточний і капітальний ремонт, утримувати в порядку прилеглу територію. Переобладнання і перепланування жилого будинку (квартири), що належить громадянину на праві приватної власності, здійснюється з дозволу місцевих органів державної влади, на які покладений контроль за утриманням цих будинків (квартир). Ремонтувати будинки (квартири), що належать громадянам, на договірних засадах можуть спеціалізовані підприємства різних форм власності.

Особливості надання квартирних послуг у гуртожитку. Для проживання робітників, службовців, студентів, учнів та інших громадян у період роботи або навчання можуть використовуватись гуртожитки (спеціально споруджені або переобладнанні жилі будинки). Жилі будинки реєструють як гуртожитки в органах місцевої влади. Порядок надання жилої площі в гуртожитках регулюється законодавством, Житловим Кодексом та іншими нормативними актами України.

Жила площа в гуртожитку надається за спільним рішенням адміністрації підприємства, установи, організації чи органу кооперативної або іншої громадської організації. Після цього громадянинові видають спеціальний ордер, який є єдиною підставою для вселення на надану жилу площу.

Сезонні, тимчасові працівники і особи, які працювали за строковим трудовим договором і припинили роботу, а також особи, які навчались у навчальних закладах і вибули з них, підлягають виселенню без надання іншого жилого приміщення з гуртожитку, який їм був наданий у зв'язку з роботою чи навчанням. Інших працівників підприємств, установ, організацій, які мешкали в гуртожитку в зв'язку з роботою, може бути виселено без надання жилого приміщення в разі їх звільнення за власним бажанням без поважних причин, за порушення трудової дисципліни або скоєння злочину.

Реалізація послуг у готельному господарстві

Готельна індустрія охоплює різні форми діяльності, пов'язаної з прийняттям і обслуговуванням гостей, задоволенням їхніх потреб і отриманням прибутку (робота готелів, ресторанів, туристичні і транспортні, рекреаційні послуги, організація конгресів, комерційних шоу, гральний бізнес). Вона охоплює широку індустрію малих підприємств різноманітних форм власності та управління, сформованих у готельні ланцюги - об'єднані готельні підприємства,

які перебувають в єдиному підпорядкуванні, діють за єдиною системою стандартів (матеріально-технічних, технологічних, поведінки і обслуговування). Усі вони функціонують на основі технології, гостинності — технології виробництва послуг задля створення комфортних умов споживачам, вияву персональної уваги до них, забезпечення позитивного іміджу підприємства.

Основою готельною ланцюга є готель - дім із мебльованими кімнатами для короткотермінового проживання населення. Для обслуговування клієнтів у готелях функціонують служби, які забезпечують приймання і розміщення клієнтів, експлуатацію номерного фонду, а також комерційна, технічна, адміністративна служби.

Готель є найдосконалішим колективним засобом розміщення клієнтів із замкнутою технологією виробництва і споживання готельних послуг. Виробництво і споживання готельних послуг збігається в часі. Ядром просторової структури готелю є основний монопростір - житловий поверх. Монопростором є простір приміщень вестибюльної групи, периферійним — простір технічного поверху, що забезпечує технічний і санітарний стан основного монопростору.

Із метою встановлення відповідності готелів і їх номерів критеріям (стандартам) обслуговування у кожній країні їх класифікують на певні розряди, що є свідченням престижу, впливає на формування клієнтури, вартість послуг та ін. Класифікація готелів регламентується на міжнаціональному і національному рівнях, а також у межах готельної мережі, асоціацій, спілок. Натеper існує понад 30 різних класифікацій, найпоширенішими серед яких є: система зірок (від однієї до п'яти), що здійснюється на основі французької національної класифікації; система літер (A-B-C-D); система «корон» або «ключів»; система балів; система розрядів тощо.

Запровадженню єдиної класифікації готелів у світі перешкоджають національні традиції, культурно-історичні відмінності держав, критерії якості.

Процес обслуговування полягає в інформаційній взаємодії між клієнтом і персоналом, наслідком якої може бути позитивне або негативне сприйняття процесу обслуговування (безпека середовища, умови, якість обслуговування, поведінка персоналу, асортимент послуг, технічна та естетична комфортність навколишнього середовища, доступність послуг і оперативність обслуговування).

Незалежно від категорії всі готелі повинні задовольняти таким основним вимогам:

- мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану й освітлену територію, майданчик із твердим покриттям для короткотермінового паркування і маневрування автотранспорту, вивіску з найменуванням підприємства та зазначенням його категорії, за наявності окремого входу до ресторану — вивіску з його назвою. Готель, що займає частину приміщення, повинен мати окремий вхід;

- архітектурно-планувальні, будівельні елементи, технічне обладнання готелю повинні відповідати будівельним нормам і правилам;

- розташування готелю в екологічно сприятливому навколишньому середовищі;

- гарантування безпеки життя, здоров'я клієнтів, збереження їхнього майна. У приміщенні мають бути аварійні виходи, сходи, інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію гостей у звичайній і надзвичайній ситуаціях;

- обладнання системою протипожежного захисту і повідомлення;

- дотримання встановлених органами санітарно-епідеміологічного нагляду санітарно-гігієнічних норм і правил щодо чистоти приміщень,

стану сантехнічного обладнання, прибирання відходів, ефективного захисту від комах і гризунів;

- встановлення та експлуатація електричного, газового, водопровідного обладнання відповідно до Правил технічної експлуатації готелів та їх обладнання;

- оснащеність інженерними системами та обладнанням, здатним забезпечити: гаряче і холодне водопостачання (цілодобово), а в районах із перебоями у водопостачанні наявність ємкості для мінімального запасу води не менше ніж на добу; відведення стічних вод (каналізація); підтримання температури не нижче 18,5°C в жилих приміщеннях і приміщеннях загального користування; вентиляцію повітря (нормальну циркуляцію повітря і запобігання проникнення побічних запахів у номери та приміщення загального користування); роботу точок радіомовлення і телебачення, телефонного зв'язку; освітлення в номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, що забезпечує освітлення в лампах накаливання — 100 лк, люмінесцентних — 200 лк, цілодобове освітлення в коридорах;

- наявність умов для приймання та обслуговування інвалідів, що використовують крісла на коліщатах.

Готелі, що відповідають цим вимогам, можуть претендувати на присвоєння за результатами сертифікації відповідної категорії.

Наприкінці XX — на початку XXI ст. у світовому готельному господарстві відбувається активний розвиток готельних комплексів.

Готельний комплекс — висококатегорійний готель, що надає максимальну кількість послуг, володіє сукупністю забезпечувальних служб, кожна з яких має специфічні функції.

Організаційно-функціональну структуру готельних комплексів, зазвичай, утворюють служби розміщення, забезпечення харчування і периферійних послуг тощо.

Служба розміщення (рецепції). Вона забезпечує бронювання місць, приймання, реєстрацію, розміщення клієнтів у номери, здійснює фінансові розрахунки з ними. Очолює її, зазвичай, менеджер із розміщення, який має у своєму підпорядкуванні бюро реєстрації, порт'є (працівник, який відповідає за збереження ключів, одержання пошти), адміністраторів, бюро обслуговування, швейцарів, гардеробників, комірників камери схову, службу бронювання.

Служба периферійних послуг. До її складу належать екскурсійне бюро, автогосподарство або орендований транспорт, спеціальне бюро із забезпечення ділових, конгресових семінарів, яке має штат секретарів-референтів, гідів-перекладачів, обладнані конференц-зали, кабінети, оргтехніку та ін. їй підпорядковані перукарні, косметичні салони, пральні, ательє, швейні та взуттєві майстерні, майстерні побутових послуг, служби нагляду за дітьми, медичних послуг, прокату, хімчистка тощо.

Служба дозвілля. Вона організовує для клієнтів фізкультурно-оздоровчі і видовищні послуги, зокрема демонстрування кінофільмів, концерти, роботу телебачення, відео, спеціальних клубів тощо.

Технічно-забезпечувальна служба. Ця служба забезпечує роботу інженерних систем і комунікацій (ліфтове господарство, енерго- тепло-, водо-, газопостачання, експлуатацію приміщення та ін.). Очолює її технічний директор або головний інженер.

В окремих готельних комплексах є централізована довідково-інформаційна служба. Уся робота готелю підпорядкована дирекції, до якої належить і комерційна служба. Переважно всі готелі (комунальної форми власності) надають послуги з розміщення, харчування, відпочинку, побутового обслуговування, серед яких розрізняють основні і периферійні.

Периферійні послуги окремо не замовляються і не оплачуються. Додаткові послуги в готелях нижчих класів надають на замовлення і за

окрему платню клієнта, в готелях вищих класів деякі з них включають у вартість номера.

Основний технологічний процес виробництва готельних послуг. Він охоплює такі процеси, як прибуття, проживання, виїзд. Цей технологічний процес виробництва готельних послуг забезпечує «надання даху», зокрема основні, обслуговуючі й допоміжні технологічні цикли. Замкнутий готельний цикл приймання і розміщення складається з резервування, приймання гостей, реєстрації документів, попередньої оплати, надання розміщення, нічного аудиту, організації виїзду і розрахунку після виїзду. Стандартизація технологічних операцій дає змогу не лише дотримуватися технологічної послідовності, а й виявити тимчасові норми обслуговування (розміщення — передавання інформації по факсу — не більше ніж 10хв.). Поведінковий стандарт визначає такі умови обслуговування:

- тепле і щире привітання (бажано на ім'я) при зустрічі;
- готовність до задоволення всіх потреб гостя в період проживання;

- доброзичливе прощання (бажано на ім'я) при виїзді.

У готелях основні технологічні цикли автоматизовані.

Основні технологічні цикли здійснюються в контактній зоні служби порт'є, вони залежать від розмірів підприємства, рівня механізації й автоматизації, наявності комп'ютерних систем й охоплюють такі операції:

- приймання гостя: його зустріч, з'ясування наявності й виду документа, що засвідчує особу, в іноземних осіб - наявності і чинності візи. Вимагає теплого і щирого привітання, за можливості - на ім'я; з'ясування умов розміщення: категорії номера, ціни за номер, термінів перебування, порядку і виду оплати, умов харчування;

- реєстрація документів є найважливішою функцією діяльності в контактній зоні і залежить від видів національних документів. Передбачає заповнення анкети для громадян України або реєстраційної картки для іноземних громадян відповідно до «Інструкції в'їзду, виїзду і транзиту іноземців в Україні». Після виїзду громадянина анкету (реєстраційну картку) зберігають у картотеці протягом місяця, а потім здають в архів. Картотека ведеться відповідно до інструкції МВС України.

- Видана гостю візитна картка надає йому право на розміщення в номері й одержання ключів або пластикової картки за наявності в готелі електронних замків. Візитна картка містить номер помешкання, прізвище, країну, дату і час заїзду-виїзду, категорію харчування;

- попередня оплата по прибутті, яка може бути в готівковій і безготівковій формах;

- надання приміщення і додаткових послуг: визначення номера, супроводження гостя в номер і надання додаткових послуг. У закордонній практиці такі обов'язки в готелі виконує консьєрж;

- організація виїзду і розрахунок: перевірка стану номера після виїзду і розрахунок за додаткові послуги на місці або включенням в остаточний розрахунок.

Обслуговуючі технологічні цикли здійснюються в неконтактній і додаткових зонах розміщення обслуговуючих технологічних циклів. Вони охоплюють:

- інформаційні технології: призначені для спрощення процедур прийому, збереження, знаходження даних (про резервування, постійних клієнтів, вимоги і рахунки гостей). У закордонній практиці використовують системи PMS (Property Management System), поділяючи всю готельну діяльність на три основні сегменти: зовнішні служби, внутрішні служби, сфери взаємодії. Зовнішні служби обслуговуються

комп'ютерними програмами (бронювання, номерний фонд, розрахунки з клієнтами, загальне управління готелем);

- бронювання і резервування: прийом заявок на бронювання номерів здійснюється цілодобово факсом і телефоном без перерви на обід, вихідних і святкових днів через введення інформації в систему АСУ з комп'ютерною реєстрацією кожної заявки та присвоєнням їй номера броні. Підставою для прийому заявок на бронювання номерів і розміщення є наявність вільних номерів на дату заїзду і виїзду.

Бухгалтерія, отримавши договір, підписаний із туристичною фірмою, зобов'язана одержати передоплату (аванс) за обслуговування заявлених туристів або гарантійну суму (депозит), що знаходиться на рахунку підприємства і може бути витрачена у разі затримки оплат туристичною фірмою щодо обслуговування в терміни, обумовлені договором. Бухгалтер, що веде оплату, робить оцінку-дозвіл на бронювання на письмовій заявці фірми. При управлінні готелю системою АСУ ці дані містяться в комп'ютері й виключають зайві процедури. Такий самий механізм діє при безготівковому обслуговуванні за рахунок організації.

Після бронювання заявку направляють у бухгалтерію для оформлення рахунка за обслуговування. Відділ бронювання за 7 днів до прибуття починає контролювати надходження грошей через бухгалтерію. Після оплати безготівкові заявки передають у службу портє.

Заявки, в яких обумовлюється харчування: сніданок (шведський стіл, або континентальний сніданок), обід, вечеря, напівпансіон або повний пансіон вводять у ПЕОМ із зазначенням ресторану і кількості людей. При поселенні гостя на візитній картці ставлять штамп замовленого виду харчування: «Сніданок», «Обід», «Вечеря» або «Пансіон», де вказують назву ресторану. Адміністратор групи бронювання передає у службу харчування готелю копії заявок,

комп'ютерну роздруківку зі зведеннями про ресторан (блок, поверх), кількість людей, дати заїзду і виїзду.

Поточні заявки і перспективні заявки на поточний місяць при надходженні вводять у комп'ютер, їм присвоюють номери броні й направляють у службу порт'є. Усі заявки розкладають у папки за днями поточного місяця або за місяцями.

9.4 Одноставкові та двоставкові тарифи на послуги водо- і теплопостачання

Одноставковий тариф – це тариф, при розрахунку якого окремо не виділяються умовно-постійні і умовно-змінні частини витрат на надання послуги.

Умовно-постійна частина витрат - це витрати, які безпосередньо не пов'язані з наданням послуги. Вони пов'язані з необхідністю підтримання в робочому стані обладнання, яке надає послугу.

Умовно-змінна частина витрат - це витрати які пов'язані безпосередньо з наданням послуги.

Одноставковий цілорічний тариф - це ціна одиниці послуги при розрахунку за нормативом, яка не змінюється протягом року, оплата нараховується кожен місяць на протязі року рівними частками.

Одноставковий сезонний тариф на послугу теплопостачання - це ціна на одиницю послуги при розрахунку за нормативом, яка під час опалювального сезону відрізняється від тарифу для розрахунків за тепло в міжопалюванний період, при цьому оплата нараховується кожен місяць протягом року, або тільки під час опалювального сезону .

Приклад використання одноставкового сезонного тарифу на опалення

1. Затверджений одноставковий сезонний тариф на опалення - 18 грн./м² на шість місяців опалювального сезону (оплата нараховується тільки під час опалювального сезону). За рік оплата за 1 м² опалюваної площі:

$$18 \text{ грн./м}^2 \cdot 6 = 108 \text{ грн./м}^2$$

У міжопалюваний період (6 міс.) плата не нараховується.

2. При використанні одноставкового цілорічного тарифу - оплата становить:

$$108 \text{ грн./м}^2 : 12 = 9 \text{ грн./м}^2 \text{ кожен місяць на протязі року}$$

3. При використанні одноставкового сезонного тарифу з оплатою на протязі року теплопостачальному підприємству може бути вигідно, наприклад: 10 грн./м² за місяць в опалюваний період:

$$10 \text{ грн./м}^2 \cdot 6 = 60 \text{ грн./м}^2$$

8 грн./м² за місяць в міжопалюваний період:

$$8 \text{ грн./м}^2 \cdot 6 = 48 \text{ грн./м}^2$$

Річна плата за 1 м² опалюваної площі не повинна змінюватися:

$$60 \text{ грн./м}^2 + 48 \text{ грн./м}^2 = 108 \text{ грн./м}^2.$$

Порівняння ефективності використання одно- та двоставкового тарифів

На теперішній час у більшості міст України для розрахунків зі споживачами за теплову енергію, послуги опалення і послуги холодного та гарячого водопостачання застосовуються різні різновиди одноставкового тарифу.

Разом з тим для економії зростання цін на енергоносії та забезпечення ефективної роботи підприємств водопровідно-каналізаційного та теплового господарства нормативні документи (п. 1.4 Наказу Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики № 139 від 27 червня 2001 року „Порядок формування тарифів на послуги централізованого водопостачання і водовідведення”, Наказ Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики України „Правила розрахунку двоставкового тарифу на теплову енергію та гарячу воду” N 191 від 8 вересня 2000 р.) рекомендують застосовувати двоставкові тарифи при розрахунках за тепло та воду.

На думку експертів, використання одноставкових тарифів є недоцільним в умовах ринкових відносин, погіршує фінансовий стан підприємств, не забезпечує прозорості в розрахунках зі споживачами, не стимулює на

впровадження енергозбереження ні підприємства, які надають послуги, ні споживачів.

Порівняємо доцільність застосування одно- та двоставкового тарифів в теплопостачанні.

Планові витрати на виробництво и транспортування теплової енергії згідно „Інструкції з планування, обліку та калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах та в організаціях житлово-комунального господарства”, затвердженої наказом Держжитлокомунгоспу України від 31.03.97 N 24, зареєстрованої в Мін'юсті України 19.05.97 за N 183/1987, складається з двох основних частин: умовно-постійної Вп и умовно-змінної Взм.

Умовно-постійна частина витрат - це витрати, які безпосередньо не пов'язані з наданням послуги. Вони пов'язані з необхідністю підтримання в робочому стані джерел теплової енергії та теплових мереж, а також теплоспоживальних установок (ЦТП, бойлерних, абонентських введів, внутрішньобудинкових систем) та включають витрати за такими статтями:

1. Сировина та матеріали для забезпечення технологічних процесів. До цієї статті включено вартість води для заповнення та підживлення систем теплопостачання, води для продувки котлів, промивки фільтрів та інших технологічних потреб, хімреактивів для обробки води, мастильних та прокладних матеріалів тощо.

2. Паливо. До цієї статті включено вартість палива, яке витрачається на компенсацію теплових втрат у магістральних та розподільних мережах та на власні потреби котельні.

3. Покупна тепла енергія для технологічних потреб. До цієї статті включено вартість покупної теплової енергії, яка витрачається на компенсацію теплових втрат у магістральних та розподільних мережах.

4. Електроенергія на технологічні потреби. До цієї статті включено вартість електроенергії на внутрішні виробничі потреби та транспортування теплоносія до споживача в кількості, яка забезпечує відшкодування теплових

втрат.

5. Оплата праці, роботи та послуги виробничого характеру сторонніх організацій, які безпосередньо не приймають участі в наданні послуги, загальновиробничі витрати, загальногосподарські витрати, позавиробничі (комерційні) витрати, зворотні відходи. Склад цих витрат наведено у пп. 3.10 - 3.19 Інструкції.

6. Відрахування обов'язкових платежів (згідно з чинним законодавством). Умовно-постійна частина витрат не залежить від кількості відпущеної теплової енергії на опалення та гаряче водопостачання.

Умовно-змінна частина витрат - це витрати які пов'язані безпосередньо з наданням послуги. Вони містять у собі витрати за такими статтями:

1. Паливо. (Вартість палива, витраченого на вироблення спожитої теплової енергії).

2. Покупна тепла енергія. (Вартість спожитої покупної теплової енергії).

3. Електроенергія. (Вартість електроенергії, витраченої на транспортування спожитої теплової енергії).

4. Оплата праці, робітників, які безпосередньо приймають участь під час надання послуги (оператори бойлерних, котелень).

Основну частку умовно-змінних витрат Взм складають витрати на паливо та електроенергію, які необхідні для генерації та транспортування розрахункової (планової) кількості корисно використаної споживачем теплової енергії $Q_{\text{кор}}$.

Висновки щодо одноставкового тарифу:

- використання одноставкового тарифу суперечить державній політиці економії паливо-енергетичних ресурсів, так як рентабельність діяльності теплопостачального підприємства прямо залежить від кількості відпущеної теплової енергії. Це означає що підприємству економічно не вигідно економити теплову енергію. Крім того, у теплу зиму, при зменшенні відпуску тепла за об'єктивними причинами, або при зменшенні потреби тепла

за рахунок проведення споживачем заходів по енергозбереженню, або в разі зменшення споживання тепла споживачем по іншим причинам діяльність теплопостачального підприємства стає збитковою навіть при умові 100% оплати послуг всіма категоріями споживачів;

- режим надходження коштів від споживачів не відповідає режиму витрат підприємства, які забезпечують його нормальне функціонування. При цьому виникають проблеми, які пов'язані з оподаткуванням та необхідністю притягнення додатково кредитних ресурсів, особливо в період підготовки до зими, що робить послуги теплопостачання ще дорожчими;

- перерахунок оплати споживачам влітку за фактом відпуску за одноставковим тарифом зовсім позбавляє підприємство коштів для життєдіяльності.

Використання двоставкового тарифу. Відповідно до Указу Президента України від 19.08.97 № 853/97 "Про заходи щодо реалізації державної політики у сфері природних монополій" та розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2000 № 30-р були розроблені, затверджені Наказом Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики України від 8 вересня 2000 р. №191, введені в дію і зареєстровані в Міністерстві юстиції України 2 листопада 2000 р. за № 776/4997 „Правила розрахунку двоставкового тарифу на теплову енергію та гарячу воду”. Такий тариф широко застосовується в європейських країнах, а в Україні на теперішній час його впровадили і успішно користуються ним у містах Житомирі, Тернополі, Івано-Франківську, Білій Церкві. Готуються до впровадження двоставкового тарифу в Києві, Харкові та інших містах.

До умовно-постійної частини тарифу, крім умовно-постійних витрат, включено частину прибутку, яка спрямовується до фонду розвитку підприємства, а також відповідну частину податку на додану вартість. До умовно-змінної частини тарифу, крім умовно-змінних витрат, включено частку прибутку, яка спрямовується до фонду споживання підприємства, і відповідну частину податку на додану вартість.

Розрахунок за двоставковими тарифами може використовуватися для розрахунків зі всіма категоріями споживачів: населенням, бюджетними та іншими споживачами. Рішення про перехід на розрахунки за двоставковим тарифом приймають місцеві органи виконавчої влади та самоврядування.

Правила розрахунку двоставкового тарифу на спожиту теплову енергію та гарячу воду визначають порядок розрахунку вартості виробництва, транспортування та розподілення теплової енергії та гарячої води, яка забезпечує рентабельну діяльність теплопостачальних організацій при стимулюванні процесу економії теплової енергії та гарячої води споживачем.

Двоставковий тариф - це тариф на послуги теплопостачання, який складається з:

- річної вартості обслуговування одиниці приєднаного теплового навантаження, яка є пропорційною умовно-постійній частині витрат теплопостачальної організації та оберненопропорційною приєданому тепловому навантаженню.

- вартості одиниці спожитої теплової енергії, пропорційній умовно-змінній частині витрат теплопостачальної організації та зворотнопропорційно приєданому тепловому навантаженню.

Приєднане теплове навантаження визначається технічними умовами на приєднання споживача та обумовлюються договором між теплопостачальною організацією та споживачем про використання теплової енергії та гарячої води. Одиниця приєднаного теплового навантаження визначається розрахунковим способом індивідуально для кожного житлового будинку шляхом ділення приєднаного теплового навантаження цього будинку до його загальної опалювальної площі.

Плата за обслуговування приєднаного теплового навантаження (умовно-постійна частина тарифу) справляється споживачем щомісячно впродовж року (12 місяців в грн./м²).

Плата за фактичну кількість спожитої теплової енергії (умовно-змінна частина тарифу) визначається приладом обліку (тепловим лічильником) або

розрахунковим методом для кожного будинку у відповідності до його теплового навантаження (у випадку відсутності приладу обліку теплової енергії) справляється споживачем за той місяць, за яким споживач отримав послугу опалення чи гарячу воду.

Висновки по двоставковому тарифу. Використання двоставкового тарифу забезпечує рентабельну діяльність підприємства на протязі всього року.

Плата за обслуговування приєднаного теплового навантаження (умовно-постійна частина тарифу) справляється споживачем щомісячно на протязі року рівними долями;

Плата за фактичну кількість спожитої теплової енергії справляється під час опалювального сезону за опалення та гарячу воду щомісячно, в між опалювальний період тільки за гарячу воду по факту її подачі.

Відсутні перерахунки оплати після закінчення опалювального сезону.

Для виробництва нарахувань використовується тільки умовно-змінна частина тарифу. - система оплати стимулює споживачів до економії тепла;

- теплопостачальні підприємства зацікавлені в здійсненні споживачем заходів щодо енергозбереження, тому що завдяки цьому вони можуть приєднувати нових споживачів, підтримуючи високий рівень використання потужностей.

Незаперечні переваги використання двоставкового тарифу для розрахунків за тепло в умовах ринкової економіки повинні спонукати органи місцевого самоврядування до ухвалення рішення про застосування двоставкового тарифу і створення умов для його впровадження.

Питання для самоперевірки

1. У чому полягає сутність житлово-комунального господарства? Яка структура житлового фонду країни?
2. На які державні органи покладено управління і контроль за діяльністю підприємств житлово-комунального господарства?
3. Які функції виконують комунальні підприємства і які послуги вони надають населенню?

4. Надайте характеристику видів житлово-комунальних послуг
5. Наведіть типовий перелік послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій.
6. Визначте обов'язкові складові договору на надання житлово-комунальних послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій.
7. У чому полягають особливості розміщення гостей у готелях за формами, видами й типами?
8. Чим обумовлена уніфікація технологій готельних послуг?
9. Визначення - одноставковий тариф.
10. Визначення - умовно-постійна частина витрат.
11. Визначення - одноставковий сезонний тариф на послугу теплопостачання.
12. Визначення - умовно-змінна частина витрат при розрахунку тарифу.
13. Визначення - одноставковий цілорічний тариф.
14. Визначте складові двоставкового тарифу на послуги теплопостачання та порядок розрахунку по ним.
15. Хто приймає рішення про перехід тепло- або водопостачального підприємства на розрахунки за двоставковим тарифом?
16. Як визначається плата за обслуговування приєднаного теплового навантаження при використанні двоставкового тарифу на послуги теплопостачання?
17. Як справляється плата за фактичну кількість спожитої теплової енергії при використанні двоставкового тарифу на послуги теплопостачання?
18. Як при зниженні відпуску тепла змінюється фактична собівартість, рентабельність теплопостачального підприємства при використанні одноставкового тарифу на опалення?
19. Надайте порівняння ефективності застосування одно- та двоставкового тарифів в теплопостачанні.

ТЕМА 10. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ПОСЛУГИ: ПОСЛУГИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

План

- 10.1 Сутність і особливості соціально-культурних послуг
- 10.2 Особливості ціноутворення на ринку соціально-культурних послуг
- 10.3 Технологія надання послуг у сфері охорони здоров'я
- 10.4 Організаційна побудова системи охорони здоров'я в Україні
- 10.5 Особливості надання санаторно-курортних послуг
- 10.6 Технологія надання оздоровчих, а також послуг фізичної культури і спорту

10.1 Сутність і особливості соціально-культурних послуг

Соціально-культурна сфера охоплює сукупність галузей підприємств, які виробляють і реалізують товари і послуги, необхідні для задоволення соціально-культурних потреб людини. Діяльність організацій цієї сфери має змістовий (соціокультурний) та економічний аспекти.

Змістовий (соціокультурний) аспект діяльності організацій соціокультурної сфери полягає у збереженні, виробництві, поширенні, засвоєнні культурних цінностей, у процесі якого змінюються відносини між людьми. Цей аспект передбачає наявність в окремих груп населення та осіб конкретних культурних потреб і наявність у підприємств соціокультурної сфери можливостей для їх задоволення.

Економічний аспект діяльності організацій соціокультурної сфери передбачає певний їх організаційно-правовий статус, наявність матеріально-технічної бази, джерел фінансування, механізмів планування, ціноутворення.

Організації соціокультурної сфери зосереджуються на наданні (рис.10.1) соціальних (освіта, наукове обслуговування, охорона здоров'я, санаторно-курортні та оздоровчі послуги, фізична культура і спорт, туризм) послуг, а також послуг у сфері культури (культура і мистецтво).

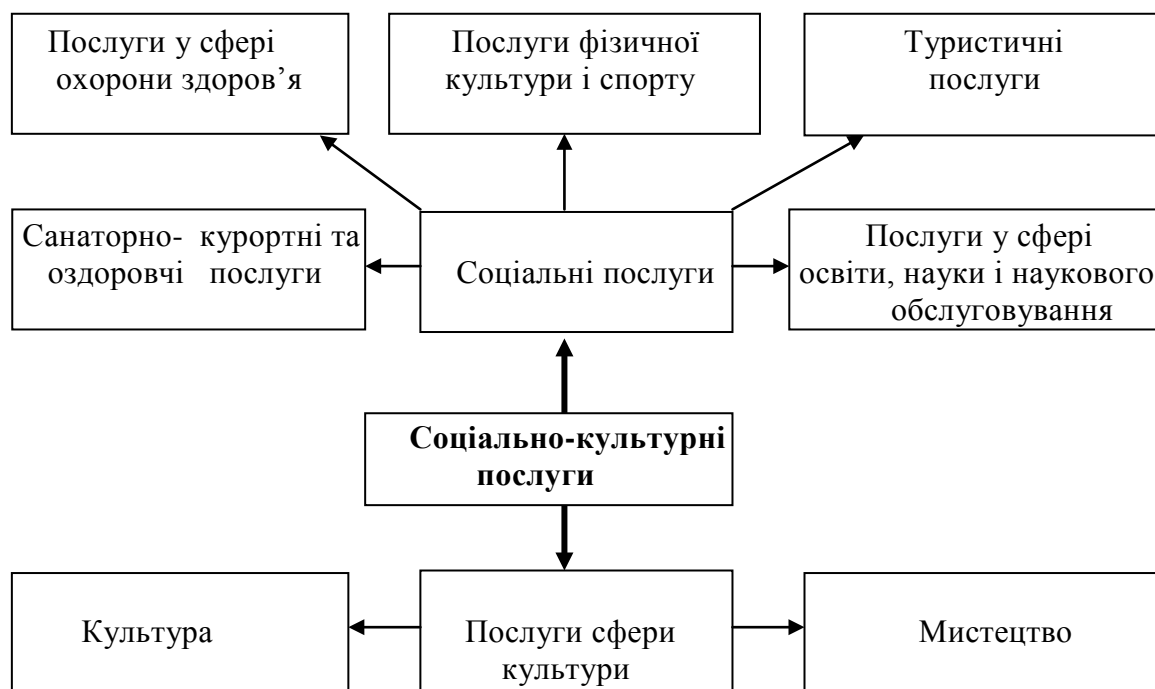


Рис. 10.1. Види соціально-культурних послуг

Кожен вид соціально-культурних послуг утворюють його різновиди, яким притаманні специфічні особливості щодо технології надання.

У сфері соціально-культурних послуг (охорона здоров'я, освіта) значну питому вагу займають безоплатні послуги, що певною мірою гальмує дію ринкових механізмів. Однак питання організації торгівлі соціально-культурними послугами набувають все більшої актуальності із загостренням конкуренції, збільшенням витрат, зниженням ріння рентабельності і прибутковості підприємств, погіршенням якості послуг.

Головна мета надання соціально-культурних послуг полягає в задоволенні потреб споживачів і отриманні певної вигоди суб'єктами, які їх продукують.

Основними елементами успішної реалізації соціально-культурних послуг є ефективна система просування їх на ринок, оптимальна цінова політика.

Останнім часом, особливо з розвитком маркетингу послуг, виокремлюють такі складові процесу торгівлі соціальн о - культурними

послугами, як персонал, його кваліфікація; процес споживання послуг (як він відбувається і скільки часу витрачає споживач на отримання послуги); оточення (стандарти потреб у послугах і обслуговування).

Проблеми збуту соціально-культурних послуг досить специфічні. Однією з них є формування ефективних каналів збуту послуг. Для суб'єктів, що їх надають, не існує проблеми недоступності каналів збуту, оскільки виробництво і збут цих послуг є одночасними і можуть бути локалізовані в їх приміщеннях або відділеннях (наприклад, послуги середньої та вищої освіти, охорони здоров'я, культури тощо). Тому в збутовій політиці підприємств, які надають соціально-культурні послуги, розрізняють просторовий (вибір місця розташування і каналів збуту) та часовий (режим роботи закладів, терміновість обслуговування) аспекти.

У процесі надання соціально-культурних послуг використовують:

а) власні канали (приміщення, стаціонарні, пересувні відділення, філіали соціально-культурного закладу; можливості візуальної торгівлі, Інтернету, радіо і телебачення). Ці канали є основними. З огляду на специфіку соціально-культурних послуг, заклади та організації використовують здебільшого прямий збут, за якого продавець і покупець соціально-культурних послуг безпосередньо взаємодіють між собою;

б) залучені канали збуту (опосередкований збут). Із цією метою засновують дочірні фірми і філіали, беруть акціонерну участь у капіталі інших закладів, організацій, підприємств тощо.

Опосередкований збут соціально-культурних послуг потребує значних додаткових фінансових і трудових ресурсів, тому він не такий поширений. Крім того, окремі різновиди послуг взагалі неможливо реалізувати з його використанням.

Оптимальна збутова політика передбачає постійне і всебічне дослідження ринку соціально-культурних послуг. Йдеться про аналіз зовнішнього середовища закладу або організації, які надають соціально-

культурні послуги (спостереження за змінами макросередовища), рівня роботи і поведінки в різних ситуаціях конкурентів. Метою аналізу ринку послуг є отримання інформації про нові можливості, потенційні проблеми і загрози. Усе це дає змогу з'ясувати конкурентні позиції закладу, пропонованої послуги і на цій основі розробити комерційну (маркетингову) стратегію. Тому інформація про ситуацію на ринку є основою прийняття ефективних управлінських і комерційних рішень. Наприклад, організовуючи дослідження ринку, туристична фірма може мати на меті визначення напрямку поліпшення соціально-культурного обслуговування туристів; з'ясування причини недостатнього використання екскурсійних послуг, перспектив розширення обсягів їх надання; дослідження своїх конкурентних переваг; визначення потреби в нових видах туристичних послуг тощо.

Далі цю мету уточнюють і конкретизують завдяки пошуку і використанню спеціальної інформації, необхідної для всебічного пізнання ринку. Прийняття остаточного рішення на основі отриманої інформації є прерогативою керівництва соціально-культурного закладу (рис.10.2).

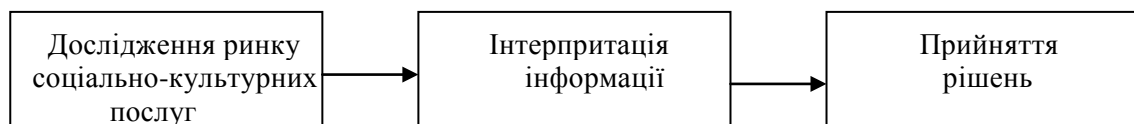


Рис. 10.2. Місце дослідження ринку соціально- культурних послуг у системі управління

Дослідження ринку соціально-культурних послуг, як правило, має на меті з'ясувати його загальні параметри, стан конкуренції на ньому, особливості поведінки основних споживачів, а також тенденції розвитку зовнішнього середовища, невідконтрольного соціально-культурному закладу.

У процесі опису загальної ситуації на ринку соціально-культурних послуг враховують: перспективи і тенденції його змін; співвідношення сегмента соціально-культурних послуг з іншими сегментами ринку послуг;

умови роботи іноземних фірм на цьому ринку; потенційну його ємність, географічні межі ринку, на якому працює заклад, фірма та перспективи його розширення; рівень монополізації ринку та інші важливі характеристики.

На підставі результатів дослідження ринку послуг можливостей соціально-культурного закладу визначають його конкурентні позиції (переваги, слабкі сторони). Конкурентні позиції соціально-культурного закладу можуть стосуватися його іміджу; якості послуг; величини статутного капіталу та активів; стабільності клієнтів; систем розрахунків і спектра послуг; мережі філіалів та перспективи його розширення; кваліфікації працівників та ін.

Основними напрямками досягнення конкурентних переваг є диверсифікація діяльності (розширення спектр послуг), зниження витрат, підвищення якості обслуговування, надання супутніх і додаткових послуг, постійне їх вдосконалення.

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності, досягнення конкурентних переваг є цінова політика суб'єктів бізнесу на ринку послуг — встановлені цін на послуги і варіювання ними відповідно до ситуації на ринку з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей. Відповідно до неї обирають цінові стратегії — системи дій щодо реалізації цінової політики, яка залежить від фази розвитку фірми і фази зрілості послуг, які вона надає. Такими фазами можуть бути: поява на ринку нової фірми чи нової послуги; утвердження на ринку; досягнення піку розвитку; спад тощо. Цінова стратегія суб'єкта бізнесу полягає у гнучкому ціноутворенні.

10.2 Особливості ціноутворення на ринку соціально-культурних послуг

Ціноутворення на ринку послуг є складним процесом, до якого належать не лише об'єктивні (затрати, попит, конкуренція), а й суб'єктивні

чинники. Воно є комплексним, суперечливим процесом, який охоплює такі етапи:

1) визначення цілей. Соціально-культурні заклади в процесі ціноутворення можуть орієнтуватися на забезпечення життєдіяльності закладу; максимізацію прибутку; здобуття лідерства на ринку. До отримання максимального прибутку прагнуть всі заклади, фірми, проте перевагу мають лише ті, що реалізують унікальні послуги або традиційні послуги за нижчими цінами. Наприклад, прагнучи лідерства, авторитету у клієнтів, стоматологічний центр може вдаватися до максимального зниження цін на свої послуги, пропонувати кредитну форму розрахунків та ін.;

2) оцінювання динаміки попиту. Суть його полягає у з'ясуванні імовірних обсягів послуг, які можна реально продати на ринку протягом певного відрізка часу за пропонованими цінами. При цьому, чим еластичніший попит, тим вищою може бути їхня ціна. Не менш важливо мати достатню для прийняття рішень інформаційну базу, що дасть змогу враховувати сукупність факторів впливу на попит і реалізацію послуг;

3) оцінювання витрат соціально-культурного закладу. Здійснюють його за різних обсягів надання послуг. Головна проблема пов'язана зі складністю визначення реальних витрат, рентабельності кожного різновиду послуг, що спонукає до використання політики малих цін — розбивання послуги на послідовні технологічні операції, встановлюючи на кожную з них окрему ціну. У процесі переговорів із клієнтом можуть бути знижені ціни на одні операції, збережені або збільшені на інші, що дасть змогу загалом зберегти рівень цін на послугу. Розподіливши витрати за видами (різновидами) послуг, можна визначити, які з них доцільно розвивати, а від яких слід відмовитись через їх нерентабельність, а також встановити диференційовані ціни на послуги з урахуванням фактичних витрат;

4) аналіз цін конкурентів. Інформація про ціни конкурентів і якість їх послуг необхідна для цікавого позиціювання власних. Вибір методу ціноутворення і встановлення остаточної ціни з урахуванням її психологічного сприйняття супроводжується аналізом оцінювання її працівниками закладу, конкурентами, клієнтами, представниками державних органів. При виборі цінової політики соціально-культурного закладу використовують такі методи ціноутворення:

— метод витрат (встановлення цін на основі врахування витрат), за допомогою якого фіксують нижню межу ціни;

— метод ціноутворення на основі попиту (передбачає встановлення цін на основі прогнозування реакції споживачів на них; ефективний для послуг із високою ціновою еластичністю);

— конкурентний підхід (застосовують його на підставі оцінювання якості послуг і цін конкурентів, а також конкурентної стратегії соціально-культурного закладу).

Кожний соціально-культурний заклад володіє різноманітними специфічними інструментами і тактичними методами ціноутворення, вибір яких залежить від іміджу закладу, територіального розташування, наявності філіалів і відділень, темпів упровадження на ринок нового продукту, рівня конкуренції на ринку, методів державного регулювання тощо.

10.3 Технологія надання послуг у сфері охорони здоров'я

Кожна людина володіє природним невід'ємним і непорушним правом на охорону здоров'я, що є одним із пріоритетних напрямів державної політики, а також її обов'язком.

Охорона здоров'я охоплює систему заходів, спрямовану на забезпечення, збереження і розвиток фізіологічних і психологічних функцій, оптимальної працездатності, соціальної активності людини за максимальної біологічно можливої індивідуальної тривалості життя.

Основними заходами і послугами системи охорони здоров'я є: створення здорових і безпечних умов життя; гарантування лікувально-профілактичної допомоги; забезпечення лікарськими і протезними засобами; охорона здоров'я матері та дитини; організація санаторно-курортної діяльності і відпочинку; медична експертиза; медична і фармацевтична діяльність; міжнародне співробітництво з питань охорони здоров'я (табл. 10.1).

Таблиця 10.1

Основні заходи і послуги системи охорони здоров'я

Назва заходів	Зміст заходів
1	2
Створення здорових і безпечних умов життя	<ul style="list-style-type: none"> - підтримання необхідного для здоров'я життєвого рівня населення; - охорона навколишнього природного середовища; - забезпечення санітарно-епідеміологічного благополуччя територій і населених пунктів; - створення сприятливих для здоров'я умов праці, навчання, побуту і відпочинку; - збереження генофонду народу України; - запобігання небезпечним для населення захворюванням; - обов'язкові медичні огляди; - сприяння здоровому способу життя населення
Гарантування лікувально-профілактичної допомоги	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення лікувально-профілактичної допомоги (первинної, спеціалізованої, високоспеціалізованої); - направлення хворих на лікування за кордон; - надання медичної допомоги в невідкладних та екстремальних ситуаціях; - вибір лікаря і лікувального закладу; - обов'язкове надання медичної інформації; - збереження лікарської таємниці; - звільнення від роботи на період хвороби; - погодженість медичного втручання; - застосування методів профілактики, діагностики, лікування і лікарських засобів; - спеціальні заходи профілактики і лікування; - донорство крові та її компонентів; - трансплантація органів та інших анатомічних матеріалів
Забезпечення лікарськими і протезними засобами	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення лікарськими засобами та імунобіологічними препаратами; - виробництво лікарських засобів та імунобіологічних препаратів; - забезпечення протезною допомогою

Охорона здоров'я матері та дитини	<ul style="list-style-type: none"> - заохочення материнства, гарантії охорони здоров'я матері та дитини; - забезпечення медичною допомогою вагітних жінок і новонароджених; - піклування про зміцнення та охорону здоров'я дітей і підлітків; - організація дитячого харчування і контроль його якості; - контроль за охороною здоров'я дітей у дитячих виховних і навчальних закладах; - державна допомога громадянам у здійсненні догляду за дітьми з дефектами фізичного та психічного розвитку; - пільги матерям у разі хвороби дітей; - контроль за трудовим і виробничим навчанням та умовами праці підлітків; - обов'язкові медичні огляди працюючих підлітків
Організація санаторно-курортної діяльності і відпочинку	<ul style="list-style-type: none"> - медико-санітарне забезпечення санаторно-курортної діяльності; - медико-санітарне забезпечення відпочинку
Медична експертиза	<ul style="list-style-type: none"> - медико-соціальна експертиза втрати працездатності; - військово-лікарська експертиза; - судово-медична і судово-психіатрична експертизи; - патолого-анатомічна експертиза; - альтернативна медична експертиза
Медична і фармацевтична діяльність	<ul style="list-style-type: none"> - заняття медичною і фармацевтичною діяльністю; - підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації медичних і фармацевтичних працівників
Міжнародне співробітництво з питань охорони здоров'я	<ul style="list-style-type: none"> - скорочення мертвонароджуваності, дитячої смертності; - забезпечення здорового розвитку дитини; - поліпшення всіх аспектів гігієни зовнішнього середовища і гігієни праці на виробництві; - запобігання і лікування епідемічних, ендемічних, професійних та інших хвороб, боротьба з ними; - створення умов для забезпечення медичної допомоги і медичного догляду в разі хвороби

Охорона здоров'я є однією зі складових невиробничої сфери. Її зв'язок із споживанням є безпосереднім, якщо послуги безкоштовні, і опосередкованим, якщо вони платні. Послуги охорони здоров'я споживаються безпосередньо.

Система охорони здоров'я покликана підтримувати і стимулювати працездатність організму людини, з економічного погляду — робочої сили. Це означає, що її послуги безпосередньо впливають на виробництво. Водночас значна кількість послуг охорони здоров'я не має прямого зв'язку з виробництвом. У цьому виявляється одна з відмінностей охорони здоров'я від інших елементів невиробничої сфери.

Здоров'я людини залежить від багатьох чинників, найважливішим серед яких є навколишнє середовище. Якщо всі інші елементи природного світу весь час намагаються пристосуватися до навколишнього середовища, то людина не лише пристосовується до його факторів, а й активно впливає на нього, у певному розумінні є його творцем.

Навколишнє середовище (довкілля) — сукупність факторів живої, неживої природи, суспільного буття, які впливають на здоров'я людини.

Отже, поняття «навколишнє середовище» охоплює своїм змістом не лише природні, а й соціальні умови, суспільний лад. Наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. одні соціальні фактори (розвиток промисловості, аграрного виробництва) погіршували здоров'я людей, інші (досягнення, збільшення державних, комунальних витрат на санітарно-гігієнічні цілі, підвищення життєвого рівня населення) — сприяли збільшенню середньої тривалості життя. Водночас соціальний прогрес породжує нові виклики здоров'ю людини. Про це свідчать, наприклад, подолання багатьох масових інфекційних, шлунково-кишкових захворювань, поширення серцево-судинних. У сучасному світі утверджується думка про неможливість подолання хвороб тільки поліпшенням медичного обслуговування без оптимізації життєвих умов населення (боротьби з антисанітарією, перенаселеністю, недоїданням, а останнім часом — з гіподинамією та ін.). При цьому важливо, щоб виробництво було підпорядковане потребам суспільства, а людина вважалася основною метою суспільного розвитку. За таких умов у суспільстві утверджується ефективна система збереження здоров'я людини шляхом надання оздоровчих, санаторно-курортних та інших медичних послуг. Завдяки цьому сфера охорони здоров'я стає важливим сектором економіки та одним із пріоритетних напрямів державної політики.

На сучасному етапі багатьом державам належать провідні позиції на національних ринках медичних послуг. Державні витрати на охорону здоров'я 12-ти передових країн світу (крім США) становлять більшу частину всіх витрат у цій галузі: у Великій Британії — до 85%, Швеції — 84%, Франції — 79%.

10.4 Організаційна побудова системи охорони здоров'я в Україні

Оснoву державної політики у сфері охорони здоров'я формує Верховна Рада України шляхом утвердження конституційних і законодавчих засад охорони здоров'я, визначення його мети, завдань, напрямів, принципів і пріоритетів, встановлення нормативів і обсягів бюджетного фінансування, створення системи кредитно-фінансових, податкових, митних та інших регуляторів, затвердження комплексних і цільових загальнодержавних програм охорони здоров'я.

Реалізація державної політики у сфері охорони здоров'я покладається на органи державної виконавчої влади..

Відповідальність за реалізацію державної політики у сфері охорони здоров'я несе Президент України. Кабінет Міністрів України організовує розроблення та здійснення комплексних і цільових загальнодержавних програм, створює економічні та організаційні механізми, що стимулюють ефективну діяльність у галузі охорони здоров'я, забезпечує розвиток мережі закладів охорони здоров'я, укладає міжурядові угоди і координує міжнародне співробітництво з питань охорони здоров'я, а також у межах своєї компетенції реалізує інші повноваження.

Спеціально уповноваженим центральним органом державної виконавчої влади в галузі охорони здоров'я є Міністерство охорони здоров'я України. Функції спеціально уповноважених органів державної виконавчої влади в адміністративно-територіальних одиницях України покладається на Відділ охорони здоров'я Ради Міністрів Республіки Крим та відповідні відділи місцевих державних адміністрацій.

Безпосередню охорону здоров'я населення забезпечують санітарно-профілактичні, лікувально-профілактичні, фізкультурно-оздоровчі, санаторно-курортні, аптечні, науково-медичні та інші заклади охорони здоров'я.

Заклади охорони здоров'я — підприємства, установи, організації, завданням яких є забезпечення різноманітних потреб населення в галузі охорони здоров'я шляхом надання медико-санітарної допомоги, здійснення профілактичних і

лікувальних заходів, послуг медичного характеру, виконання інших функцій на основі професійної діяльності медичних працівників.

Створюють і забезпечують їх діяльність підприємства, установи та організації різних форм власності, приватні особи за наявності необхідної матеріально-технічної бази і кваліфікованих фахівців. Приватний ринок медичного обслуговування в Україні розвивається за рахунок формування мережі закладів приватної медицини і добровільного медичного страхування, оскільки економіка охорони здоров'я не визнає монополії державного забезпечення. Ідея безкоштовного загального медичного обслуговування сповнена гуманізму і справедливості, однак за таких умов суспільство рано чи пізно постає перед проблемами фінансування системи охорони здоров'я.

Фінансування охорони здоров'я в Україні здійснюється за рахунок Державного бюджету, бюджету Республіки Крим, бюджетів місцевого та регіонального самоврядування, фондів медичного страхування, благодійних фондів, доходів громадян та інших не заборонених законодавством джерел. Обсяги бюджетного фінансування визначають на підставі науково обґрунтованих нормативів із розрахунку на одного жителя. За такого способу оплати споживач може вдовольнити загальну потребу в послугах охорони здоров'я, змінивши лікаря залежно від фінансових можливостей.

Відомчі та інші заклади охорони здоров'я, що обслуговують окремі категорії населення за професійною, відомчою або іншими, не пов'язаними із станом здоров'я людини, ознаками, фінансуються, як правило, за рахунок підприємств, установ і організацій, які вони обслуговують.

Бюджетне фінансування через дефіцит коштів в Україні поступово скорочується. У розвинутих країнах витрати на медицину не можуть бути нижчими 3,5% від ВВП (у США — 14%, Німеччині — 10,5%, Великій Британії - 7%). Соціально-економічна ситуація в Україні безпосередньо позначається на динаміці здоров'я населення, рівні та якості життя її громадян. Якщо ця тенденція зберігатиметься, то в перспективі медико-

демографічна ситуація погіршиться, що негативно позначиться на трудовому потенціалі країни. У зв'язку з цим триває пошук альтернативних джерел фінансування системи охорони здоров'я, одним із яких може бути впровадження обов'язкового медичного страхування. На сучасному етапі держава частково забезпечує створення і функціонування системи медичного страхування населення: страхування громадян здійснюється за рахунок Державного бюджету України, коштів підприємств, установ і організацій та внесків громадян.

Медичне страхування за умови вибору страхувальника (надавача послуг) ґрунтується на т. зв. ваучері (документі, який підтверджує право на отримання послуги), котрий видається страховику (суб'єкту страхових відносин, який з настанням страхового випадку має право отримати страховий платіж, послугу) в разі хвороби. Наявність його у споживача є матеріальним стимулом для надавача послуг, конкурентоспроможність якого залежить від попиту на його послуги, внаслідок чого він прагне розширити коло своїх клієнтів за будь-якої системи оплати.

Пріоритетна роль серед оздоровчих послуг належить лікувально-профілактичній допомозі, яку надають поліклініки, лікарні, диспансери, клініки науково-дослідних інститутів, інші акредитовані заклади охорони здоров'я, служби швидкої допомоги, окремі медичні працівники, які мають відповідний дозвіл (ліцензію).

Держава гарантує надання доступної соціально прийнятної первинної лікувально-профілактичної допомоги — основної частини медико-санітарної допомоги населенню, що передбачає консультації лікаря, просту діагностику, лікування основних найпоширеніших захворювань, травм та отруєнь, профілактичні заходи, направлення пацієнта для надання спеціалізованої і високоспеціалізованої допомоги. Надають її переважно за територіальною ознакою сімейні лікарі або інші лікарі загальної практики.

Спеціалізовану (вторинну) лікувально-профілактичну допомогу надають лікарі, які мають відповідну спеціалізацію і можуть забезпечити

більш кваліфіковані консультування, діагностику, профілактику і лікування, ніж лікарі загальної практики.

Право на надання високоспеціалізованої (третинної) лікувально-профілактичної допомоги мають лікарі або групи лікарів, які пройшли відповідну підготовку для діагностики і лікування складних і рідкісних захворювань, а також лікування хвороб, що потребують спеціальних методів діагностики та лікування.

Медичні працівники зобов'язані надавати невідкладну допомогу при нещасних випадках і гострих захворюваннях. Це є обов'язком служб швидкої медичної допомоги або найближчих лікувально-профілактичних закладів незалежно від відомчої підпорядкованості та форм власності. Надання безплатної допомоги громадянам в екстремальних ситуаціях (стихійне лихо, катастрофи, аварії, масові отруєння, епідемії, епізоотії, радіаційне, бактеріологічне і хімічне забруднення) покладається насамперед на спеціалізовані бригади постійної готовності Служби екстреної медичної допомоги з відшкодуванням необхідних витрат місцевих закладів охорони здоров'я в повному обсязі за рахунок централізованих фондів.

Кожний пацієнт має право вільного вибору лікаря та лікувально-профілактичного закладу незалежно від форм власності, якщо вони можуть забезпечити відповідні лікування і медичні послуги. Лікар повинен пояснити пацієнтові в доступній формі стан його здоров'я, мету діагностики і лікувальних заходів (послуг), можливий розвиток захворювання, зокрема наявність ризику для життя і здоров'я. В особливих випадках, коли інформація може завдати шкоди здоров'ю пацієнта, лікар може її обмежити. У такому разі він інформує про це членів сім'ї або законного представника пацієнта. Аналогічно він діє, якщо пацієнт перебуває в непритомному стані. У свою чергу, пацієнт може ознайомитись з історією своєї хвороби та документами щодо його лікування.

Надання послуг (медичне втручання), пов'язане з ризиком для здоров'я пацієнта, допускається за гострої потреби, коли ймовірна шкода

від застосування методів діагностики, профілактики або лікування є меншою, між та, що може настати внаслідок відмови від втручання, а усунення небезпеки для його здоров'я іншими методами неможливе. Для медичного втручання необхідна згода об'єктивно поінформованого дієздатного пацієнта або його законних представників. У невідкладних випадках, коли існує реальна загроза життю хворого, згода хворого (його представників) на медичне втручання не потрібна.

У встановленому законодавством порядку з обов'язкової згоди донора або пацієнта медичні заклади надають такі послуги, як донорство крові та її компонентів; трансплантація органів та інших анатомічних матеріалів; штучне запліднення та імплантація ембріона; застосування методів стерилізації; добровільне штучне переривання вагітності; зміна (корекція) статевої належності.

Із метою охорони здоров'я населення спеціальні організації і заклади зобов'язані здійснювати заходи профілактики та лікування соціально-небезпечних (туберкульоз, психічні, венеричні захворювання, СНІД, лепра, хронічний алкоголізм, наркоманія) і карантинних захворювань. Їх учасниками можуть бути і підприємства приватного сектору, які спеціалізуються на наданні здебільшого таких послуг:

- доведення інформації про санітарно - гігієнічні заходи і їх фінансування. Як правило, цим займаються неурядові організації, яким для ефективної діяльності потрібна підтримка місцевих громад;

- участь у реалізації програм допомоги хворим. Наприклад, вакцинація населення може здійснюватися на основі зовнішніх контрактів, за державного фінансування;

- лікувально-профілактичне обслуговування.

Послугам сфери охорони здоров'я притаманні специфічні ознаки, що ускладнює спостереження, контроль за ними і відповідний рівень оцінювання. Вибір конкретного їх виду залежить від багатьох, у т. ч. суб'єктивних, чинників. Від різноманітних, зокрема випадкових, чинників

залежить їх результативність та якість. Одні з них можуть бути дискреційними, коли лікар одноосібно вирішує всі параметри їх надання, контролює весь процес, прогнозує результат, забезпечує його і відповідає за нього. Однак немало послуг у сфері охорони здоров'я наділені трансакційною активністю, тобто пов'язані з певними поступками їх надавача. Наприклад, лікар встановлює діагноз і призначає лікування на основі конкретних даних історії хвороби, а хворий вибирає, чи лікуватися йому за запропонованою методикою, чи скористатися послугами іншого лікаря.

Основними напрямками надання послуг у сфері охорони здоров'я є:

- індивідуально-орієнтовані клінічні послуги;
- орієнтовані на населення масові послуги (стандартні послуги, які передбачають контроль за розповсюдженням інфекційних захворювань, вакцинацію тощо);
- послуги, орієнтовані на сім'ю, громаду, які стимулюють самодопомогу.

Медичні клінічні послуги надають за вказівкою лікаря, за характером вони є трансакційно-інтенсивними, тому потребують індивідуальної діагностики і лікування. Це ускладнює їх моніторинг, особливо під час обслуговування пацієнтів на стаціонарному лікуванні, лікування важкохворих. Дещо іншою є ситуація під час надання медичних послуг, які передбачають самостійний догляд за станом здоров'я на основі отриманої інформації (діагностика, методика лікування тощо) від лікаря.

10.5 Особливості надання санаторно-курортних послуг

Значну питому вагу в структурі послуг сфери охорони здоров'я займають санаторно-курортні послуги. Надають їх санаторно-курортні заклади, які діють у передбаченому законодавством порядку.

Курорт (нім. Kurgort, від Киг — лікування і Ort — місце) — освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі, споруди з об'єктами

інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань, рекреації і підлягає особливій охороні.

Землі оздоровчого призначення, на яких влаштовують курорти, називають лікувально-оздоровчими місцевостями.

Лікувально-оздоровча місцевість — природна територія, що має мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропу лиманів та озер, кліматичні та інші природні умови, сприятливі для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Лікувально-оздоровчі місцевості багаті на особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси (мають обмежене поширення або невеликі запаси у родовищах і є найбільш сприятливими і ефективними для використання з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань) і загальнопоширені природні лікувальні ресурси (досить поширені, мають значні запаси і придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань).

Природними лікувальними ресурсами є мінеральні й термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти й комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань.

У багатих на природні лікувальні ресурси місцевостях розташовують санаторно-курортні заклади.

Санаторно-курортні заклади — розташовані на територіях курортів заклади охорони здоров'я, які забезпечують надання громадянам лікувальних, профілактичних і реабілітаційних послуг із використанням природних лікувальних ресурсів.

За характером природних лікувальних ресурсів курорти України поділяються на курорти державного значення і природні території, що мають особливо цінні та унікальні (природні лікувальні ресурси й використовуються з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань) і

курорти місцевого значення (природні території, що мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси і використовуються з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань).

Медичний профіль (спеціалізацію) курортів визначають з урахуванням властивостей природних лікувальних ресурсів. За цим критерієм їх поділяють на курорти загального призначення і спеціалізовані курорти для лікування конкретних захворювань.

Державна політика України у курортній справі визначається Верховною Радою України і ґрунтується на таких принципах:

- забезпечення доступності санаторно-курортного лікування для всіх громадян, передусім для інвалідів, ветеранів війни та праці, учасників бойових дій, громадян, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, дітей, жінок репродуктивного віку з гінекологічними захворюваннями, хворих на туберкульоз, осіб із травмами і захворюваннями спинного мозку та хребта;

- врахування попиту населення на конкретні види санаторно-курортних послуг при розробленні та затвердженні загальнодержавних, місцевих програм розвитку курортів;

- економне і раціональне використання природних лікувальних ресурсів, забезпечення їх належної охорони;

- сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України на високорентабельну й конкурентоспроможну галузь економіки.

Підставою для прийняття рішення про оголошення природної території куротною є наявність на ній природних лікувальних ресурсів, необхідної інфраструктури для їх експлуатації та лікування людей.

Підготовку і подання клопотань про оголошення природних територій курортними можуть здійснювати центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування або інші заінтересовані підприємства, установи, організації та громадяни. На підставі результатів погодження клопотань уповноважений центральний орган виконавчої влади з

питань діяльності курортів, його місцеві органи забезпечують розроблення проектів оголошення природних територій курортними, які підлягають державній екологічній та санітарно-гігієнічній експертизам відповідно до законів України «Про державну екологічну експертизу» (1995 р.), «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» (1994 р.). Рішення про оголошення природних територій курортними територіями місцевого значення приймають Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські ради за поданням, відповідно, Ради Міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій.

Будівництво на курортах нових і розширення працюючих промислових підприємств та інших об'єктів, не пов'язаних безпосередньо із задоволенням потреб відпочивальників і місцевого населення, потреб курортного і житлового будівництва або таких, що можуть негативно впливати на природні лікувальні фактори, забороняється.

Програми розвитку курортів розробляють на основі даних кадастрів природних лікувальних ресурсів, об'єктивних показників ефективності лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань, результатів спеціальних наукових досліджень і проектних робіт, фінансово-економічних показників діяльності курортів. При ньому визначають параметри і режим використання природних лікувальних ресурсів з урахуванням екологічних, санітарно-гігієнічних обмежень тощо. З метою організації діяльності курортів юридичні та фізичні особи використовують спеціально визначені природні території, які мають мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропу лиманів та озер, акваторію моря, кліматичні, ландшафтні та інші умови, сприятливі для лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань.

Видобуток, підготовку, перероблення та використання підземних лікувальних мінеральних вод, лікувальних грязей та інших корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів, здійснюють відповідно до затверджених проектів і встановлених центральним органом

виконавчої влади з геології та використання надр квот. Відповідальність за недотримання затверджених проектами умов і встановлених квот покладається на суб'єкт підприємницької діяльності, який одержав у центральному органі виконавчої влади з геології та використання надр спеціальний дозвіл (ліцензію) на використання надр із метою експлуатації родовищ корисних копалин.

Економічні заходи щодо забезпечення організації, функціонування курортів і санаторіїв передбачають:

- ведення Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України та їх економічне оцінювання;
- розроблення та реалізацію програм збереження і розвитку державної підтримки санаторно-курортної галузі України;
- податкові, митні, кредитні пільги, спрямовані на сприяння збереженню, розвитку курортів і санаторіїв;
- застосування спеціальних платежів і зборів, забезпечення в установленому законодавством порядку компенсації збитків, завданих внаслідок порушення законодавства про курорти;
- матеріальне і фінансове забезпечення санаторно-курортної галузі.

Фінансування курортів державного і місцевого значення, зокрема розвитку транспорту, систем водопостачання та каналізації, теле-, радіомовлення, зв'язку, енергозабезпечення, реалізації природоохоронних заходів, здійснюється відповідно до державних і місцевих програм за рахунок джерел, передбачених законодавством України. Із цією метою можливе залучення коштів позабюджетних і благодійних фондів, підприємств, установ, організацій і громадян.

Із метою санітарної охорони курортів, завданням якої є збереження природних властивостей наявних лікувальних ресурсів, запобігання їх забрудненню, пошкодженню й передчасному виснаженню, у межах курорту встановлюють округ санітарної або гірничо-санітарної охорони.

Округ санітарної охорони — територія земної поверхні, зовнішній контур якої збігається з межею курорту.

У межах цієї території заборонені будь-які роботи, здатні спричинити забруднення ґрунту, повітря, води, завдати шкоди лісу, іншим зеленим насадженням, зумовити розвиток ерозійних процесів, негативно вплинути на природні лікувальні ресурси, санітарний та екологічний стан природних територій курортів.

Округ гірничо-санітарної охорони — територія, на якій використовують родовища корисних копалин, що належать до природних лікувальних ресурсів (підземні мінеральні води, лікувальні грязі).

За використання пов'язаних між собою родовищ мінеральних вод, суміжних пляжів та інших природних лікувальних ресурсів кількома курортами для них може бути встановлений єдиний округ санітарної охорони.

Округ санітарної охорони поділяють на зони, межі яких встановлюють в порядку розроблення проектів землеустрою:

1) зона суворого режиму. Охоплює місця виходу на поверхню мінеральних вод, території, де розташовані родовища лікувальних грязей, мінеральні озера, лимани, воду яких використовують для лікування, пляжі, а також прибережну смугу моря і прилеглу до пляжів територію шириною не менш як 100 метрів.

На території цієї зони дозволяється діяльність, пов'язана з використанням природних лікувальних факторів. На підставі науково обґрунтованих висновків і результатів державної санітарно-гігієнічної та екологічної експертизи можна виконувати берегоукріплювальні, протизсувні, протиобвальні та протиерозійні роботи, будувати хвилерізи та інші гідротехнічні споруди, а також влаштовувати причали. Забудова цієї території (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт і впорядкування об'єктів містобудування) здійснюється відповідно до законодавства, державних стандартів і норм, затвердженої містобудівної документації;

2) зона обмежень. Окреслює територію, з якої відбувається стік поверхневих і ґрунтових вод до місця виходу на поверхню мінеральних вод або до родовища лікувальних грязей, мінеральних озер і лиманів, місць неглибокої циркуляції мінеральних і прісних вод, які формують мінеральні джерела; природні та штучні сховища мінеральних вод і лікувальних грязей; парки, ліси та інші зелені насадження, використання яких без дотримання вимог природоохоронного законодавства та правил, передбачених для округу санітарної охорони курорту, може спричинити погіршення природних і лікувальних факторів курорту.

У цій зоні всі багатоквартирні будинки повинні мати водопровід і каналізацію. Туалети у приватних будинках мають бути обладнані водонепроникними вигребами. Території тваринницьких ферм необхідно асфальтувати, обгородити по периметру та обладнати водовідвідними канавами з водонепроникними відстійниками для поверхневих вод. При в'їзді на територію ферм повинні бути капітальні санпропускники з дезінфекційними бар'єрами. У разі масового поширення небезпечних, карантинних шкідників і хвороб рослин у парках, лісах та інших зелених насадженнях за погодженням з державною санітарно-епідеміологічною службою дозволяється використання нетоксичних для людини і таких, що швидко розкладаються в навколишньому природному середовищі, пестицидів;

3) зона спостережень. Поширюється на всю сферу формування й споживання гідромінеральних ресурсів, лісові насадження навколо курорту, а також території, господарське використання яких без дотримання встановлених для округу санітарної охорони курорту правил може несприятливо впливати на гідрогеологічний режим родовищ мінеральних вод і лікувальних грязей, ландшафтно-кліматичні умови курорту, його природні та лікувальні фактори.

Ця зона є і межею округу санітарної охорони курорту. На її території дозволяється проведення робіт, які не впливатимуть негативно на лікувальні та

природні фактори курорту, не погіршуватимуть його ландшафтно-кліматичних, екологічних і санітарно-гігієнічних умов.

На території округу санітарної охорони діють обмеження щодо господарської діяльності (табл. 10.2).

Природні території курортів піддаються постійному моніторингу, який є складовою державної системи моніторингу навколишнього природного середовища і здійснюється в установленому Кабінетом Міністрів України порядку.

Важливим елементом раціонального використання курортного потенціалу є державний кадастр природних територій курортів.

Державний кадастр природних територій курортів України — система відомостей про правовий статус, належність, режим, географічне положення, площу, запаси природних лікувальних ресурсів, якісні характеристики цих територій, їх лікувальну, профілактичну, реабілітаційну, природоохоронну, наукову, рекреаційну та іншу цінність.

Створює і веде його спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань діяльності курортів у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку. Він містить усі відомості про кількісні, якісні та інші важливі з точки зору лікування та профілактики захворювань людини характеристики природних лікувальних ресурсів, виявлені та підраховані на території України, а також можливі обсяги, способи та режими їх використання.

Організація лікування на курортах і в санаторіях має на меті забезпечення громадян природними лікувальними ресурсами і здійснюється відповідно до науково обґрунтованих методик, розроблених для кожного виду (типу) природних лікувальних ресурсів і затверджених центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

**Обмеження господарської діяльності на території округу
санітарної охорони**

Назва зони	Обмеження щодо господарської діяльності
1	2
Зона суворого режиму	- користування надрами, не пов'язане з використанням природних лікувальних ресурсів, розорюванням земель, здійсненням будь-якої господарської діяльності, а також інші дії, що впливають або можуть вплинути на розвиток небезпечних геологічних процесів, на природні лікувальні фактори курорту та його екологічний баланс; прокладення кабелів, зокрема підземних кабелів високої напруги, трубопроводів, інших комунікацій; спорудження будь-яких будівель та інших об'єктів, не пов'язаних з експлуатаційним режимом та охороною природних і лікувальних факторів курорту; скидання дренажно-скидних і стічних вод; влаштування стоянок автомобілів, пунктів їх обслуговування (ремонт, миття тощо); влаштування вигребів (накопичувачів) стічних вод, полігонів рідких і твердих відходів, полів фільтрації та інших споруд для приймання та знешкодження стічних вод і рідких відходів, а також кладовищ і скотомогильників; постійне і тимчасове проживання громадян (крім осіб, які безпосередньо забезпечують використання лікувальних факторів)
Зона обмежень	- будівництво об'єктів і споруд, не пов'язаних із безпосереднім задоволенням потреб місцевого населення та громадян, які прибувають на курорт; - проведення гірничих та інших видів робіт, не пов'язаних із безпосереднім упорядкуванням території; - спорудження поглинаючих колодязів, створення полів підземної фільтрації; - забруднення поверхневих водойм під час будь-яких робіт; - влаштування звалищ, гноєсховищ, кладовищ, скотомогильників, а також накопичувачів рідких і твердих відходів виробництва, інших відходів, що призводять до забруднення водойм, ґрунту, ґрунтових вод, повітря;
	- розміщення складів пестицидів і мінеральних добрив; - здійснення промислового вирубування зелених насаджень; - будь-яке використання земельних ділянок і водойм, що може призвести до погіршення їх природних і лікувальних факторів; - скидання у водні об'єкти сміття, стічних і баластних вод, витікання їх вод та інших речовин із транспортних (плавучих) засобів і трубопроводів
Зона спостережень	- будівництво підприємств, установ і організацій, діяльність яких може негативно впливати на ландшафтно-кліматичні умови, стан повітря, ґрунту та вод курорту; - спуск на рельєф неочищених промислових і побутових стічних вод, проведення, крім санітарних, вирубок зелених насаджень

В Україні функціонують санаторії таких медичних профілів:

- санаторії кардіоревматологічного профілю;
- санаторії для осіб з порушенням опорно-рухового апарату;
- санаторії для осіб з захворюваннями органів дихання нетуберкульозної етіології;
- санаторії для осіб із захворюваннями органів травлення, нирок, сечовивідних шляхів і обміну речовин;
- санаторії для осіб із захворюваннями ендокринної системи;
- санаторії для осіб із захворюваннями шкіри;
- санаторії для осіб з ураженням центральної нервової системи та порушенням психіки;
- санаторії для осіб, хворих остеомієлітом;
- санаторії для осіб з інфекційним неспецифічним (ревматоїдним) поліартритом;
- санаторії для осіб, які перенесли дизентерію;
- санаторії для осіб, що постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС.

Направлення на лікування в санаторно-курортні заклади, незалежно від їх форми власності й відомчого підпорядкування, здійснюється відповідно до медичних показань. Потребу в санаторно-курортному лікуванні визначає лікар з огляду на стан здоров'я хворого, що фіксується в медичних документах згідно із встановленим Міністерством охорони здоров'я України зразком. Органи охорони здоров'я зобов'язані надавати санаторно-курортним закладам науково-методичну і консультативну допомогу.

Медичний відбір хворих на лікування в спеціалізовані санаторії здійснюють районні, міські, обласні санаторно-курортні відбіркові комісії (СКВК) при поліклініках, лікарнях, управліннях охорони здоров'я обласних і міських державних адміністрацій. При направленні хворого на санаторно-курортне лікування необхідні такі документи: путівка; санаторно-курортна карта; витяг з історії хвороби з даними клініко-лабораторного обстеження

давністю не більше місяця; висновок лікаря-дерматолога про відсутність заразних захворювань шкіри.

Висновок про необхідність продовження лікування хворого в санаторії (на строк не більше місяця) ухвалює внутрісанаторна лікарняна комісія (ВЛК), оформлюючи його відповідним актом, затвердженим органом охорони здоров'я за підпорядкуванням. Після закінчення санаторно-курортного лікування хворому видають відривний талон санаторно-курортної карти або витяг з історії хвороби з даними про лікування в санаторії, його ефективність, рекомендації щодо подальшого лікування, а також дані про контакт з інфекційними хворими.

Власники і керівники будинків відпочинку, пансіонатів, туристичних баз, інших підприємств і організацій, діяльність яких пов'язана з організацією відпочинку населення, зобов'язані створити здорові і безпечні умови для відпочинку, фізкультурно-оздоровчих занять, дотримуватися законодавства про охорону здоров'я і санітарно-гігієнічних норм, забезпечувати особам, які відпочивають, необхідну лікувально-профілактичну допомогу.

Організація обслуговування на курортах здійснюється санітарно-курортними закладами різних форм власності, створеними в установленому законодавством України порядку, і спрямовується на забезпечення умов для повноцінного лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань шляхом прийняття громадянами лікувальних процедур, а також забезпечення належних умов їх проживання, харчування, одержання культурно-побутових послуг.

У разі виникнення у громадян, які прибули на курорт, гострих інфекційних та інших захворювань, а також різкого погіршення здоров'я амбулаторна та стаціонарна медична допомога їм надається закладами охорони здоров'я за місцем розташування курорту в порядку, встановленому законодавством України. Порядок госпіталізації громадян, які перебувають

на курортах, встановлюється центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

Лікування хворих у спеціалізованих санаторіях системи Міністерства охорони здоров'я України безкоштовне. Держбюджетні путівки видаються санаторно-курортними відбірковими комісіями. Продаж або передавання їх іншим особам забороняється. Оформлення інших документів замість путівки не дозволяється.

Зберігаються путівки як бланки строгої звітності в касі установи і враховуються бухгалтерією на балансовому рахунку. Відповідає за правильну реалізацію держбюджетних путівок заступник начальника управління охорони здоров'я по організації медичної допомоги обласної державної адміністрації. Облік путівок, що видаються, ведеться в спеціальному журналі з поміткою дати отримання, номера та строку лікування, паспортних даних хворого і його підпису про одержання путівки.

Видача індивідуальних путівок можлива лише за наявності відповідного клопотання, медичного висновку про необхідність санаторно-курортного лікування.

Крім передбачених путівками, при санаторно-оздоровчих закладах можуть надаватися супутні послуги на комерційній основі. В останні роки створюються санаторно-оздоровчі заклади із залученням приватного акціонерного капіталу з відповідною лікувально-оздоровчою базою, використовуючи на правах оренди чи на інших засадах можливості закладів, що функціонують у даній місцевості. Поява елементів конкуренції на ринку санаторно-курортних послуг сприяє підвищенню їх якості, повноціннішому задоволенню потреб споживачів, розширює можливості щодо вибору як послуг, так і їх надавачів. Суттєво змінюється і поведінка операторів цього ринку, яким, крім гарантування належного фахового рівня, доводиться опановувати й ефективно використовувати різноманітні маркетингові та інші інструменти підвищення конкурентоспроможності послуг, які вони надають, а також санаторно-оздоровчих закладів.

Останнім часом санаторно-курортні заклади намагаються комерціалізувати свою діяльність, використовуючи різноманітні способи просування послуг на ринок, дбаючи про надання своїм клієнтам супутніх послуг (дозвілля, фізкультурні, туристичні заходи та ін.), створення для цього відповідної інфраструктури, залучення до її обслуговування спеціалістів належної кваліфікації. Однак створення, розвиток і функціонування інфраструктури багатьох курортів є досить актуальною проблемою.

Питання для самоперевірки

1. У чому змістовний (соціокультурний) та економічний аспект діяльності організацій соціокультурної сфери?
2. Назвіть основні види соціально-культурних послуг.
3. Що є головною метою надання соціально-культурних послуг?
4. Наведіть особливості збуту соціально-культурних послуг.
5. Які основні напрями підвищення конкурентоспроможності та досягнення конкурентних переваг організацій соціокультурної сфери?
6. Наведіть етапи ціноутворення на ринку соціально-культурних послуг.
7. Визначте основні заходи і послуги системи охорони здоров'я.
8. Дайте визначення “навколишнього середовища”.
9. Хто формує основу державної політики у сфері охорони здоров'я та несе відповідальність за її реалізацію?
10. Наведіть основні напрями надання послуг у сфері охорони здоров'я.
11. Що таке санаторно-курортні заклади?
12. Хто визначає державну політику у курортній справі? На яких принципах вона ґрунтується? (ЗУ “Про курорти” від 19 січня 2006 року N 3370-IV).
13. Які особливості курортів державного та місцевого значення (ЗУ “Про курорти” від 19 січня 2006 року N 3370-IV)?

14. Яка процедура клопотання та прийняття рішень про оголошення природних територій курортними?
15. Наведіть економічні заходи щодо забезпечення організації, функціонування курортів і санаторіїв.
16. Що таке округ санітарної охорони? На які зони поділяється?
17. Дайте визначення державного кадастру природних територій курортів України.
18. Які обов'язки власників і керівників будинків відпочинку, пансіонатів, туристичних баз?
19. Яким чином здійснюється організація обслуговування на курортах України?

ТЕМА 11. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ПОСЛУГИ: ПОСЛУГИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ ТА ТУРИСТИЧНІ

План

- 11.1 Особливості надання послуг фізичної культури і спорту
- 11.2 Організація і технологія надання туристичних послуг
- 11.3 Комерційні операції щодо реалізації туристичних послуг

11.1 Особливості надання послуг фізичної культури і спорту

Фізична культура є складовою загальної культури суспільства, засобом зміцнення здоров'я, розвитку фізичних, морально-вольових, інтелектуальних здібностей і гармонійного формування особистості людини. Органічною частиною фізичної культури є спорт, соціальна цінність якого обумовлена його стимулюючим впливом на поширення її серед різних верств населення.

Створення умов для занять фізичною культурою населення за місцем проживання і в місцях масового відпочинку населення покладається на місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування за рахунок коштів відповідних бюджетів на основі державних нормативів фінансування фізкультурно-оздоровчих програм. У їх компетенції — виділення місць для фізкультурно-оздоровчих занять у жилих районах, парках культури і відпочинку тощо.

Матеріально-технічну базу фізичної культури і спорту складають усі види фізкультурно-оздоровчих і спортивних споруд, фізкультурно-спортивного спорядження і обладнання, інше призначене для цього майно.

Складовою фізичної культури є самодіяльний масовий спорт, який здійснюється з урахуванням віку, стану здоров'я, рівня фізичного розвитку особи. Основою його є різноманітні фізкультурно-спортивні секції, групи любителів тощо.

Масові оздоровчі, фізкультурні й спортивні послуги, спрямовані на широке залучення населення, особливо молоді, до регулярних занять фізичною культурою і спортом, сприяють зміцненню його здоров'я,

підвищенню розумової і фізичної працездатності тощо. Більшість із них є платними, найпопулярнішими — гімнастика, легка атлетика, плавання, лижний, велосипедний спорт, спортивний туризм, спортивні ігри, стрільба тощо.

Система послуг і заходів, що надаються організаціями фізкультурно-оздоровчої, спортивно-масової роботи, охоплює:

1. Обов'язкові фізкультурно-оздоровчі послуги:

- урок (заняття) з фізичної культури (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);
- ранкова гімнастика (дошкільні навчальні заклади, школи-інтернати);
- фізкультурні хвилинки, фізкультурні паузи під час навчального процесу (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);
- години фізичної культури у групах подовженого дня (загальноосвітні навчальні заклади);
- заняття з дітьми, віднесеними за станом здоров'я до спеціальної медичної групи (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);
- заняття з плавання (навчальні заклади, що мають відповідні умови);
- дні здоров'я і фізичної культури (дошкільні, загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади).

2. Спортивно-масові послуги:

- змагання «Перші кроки» (дошкільні навчальні заклади);
- Всеукраїнські спортивні ігри школярів «Старти надій» (загальноосвітні навчальні заклади);
- Всеукраїнські змагання за комплексними тестами оцінки стану фізичної підготовленості «Зміна» (загальноосвітні навчальні заклади);
- Всеукраїнські змагання з футболу на призи клубу «Шкіряний м'яч» (загальноосвітні навчальні заклади);
- Всеукраїнська спартакіада для дітей-сиріт і дітей, які залишились без піклування батьків (школи-інтернати);

- спортивні змагання з видів спорту навчальної програми (загальноосвітні та професійно-технічні навчальні заклади);

- товариські зустрічі з видів спорту навчальної програми.

3. Спортивні заходи:

- навчально-тренувальні заняття (позашкільні навчальні заклади);

- навчально-тренувальні збори (позашкільні навчальні заклади);

- Всеукраїнська спартакіада школярів (загальноосвітні та позашкільні навчальні заклади);

- Всеукраїнська спартакіада учнів професійно-технічних навчальних закладів (професійно-технічні та позашкільні навчальні заклади);

- Всеукраїнські змагання «Повір у себе» (школи-інтернати для дітей, які потребують корекції фізичного або розумового розвитку);

- змагання з різних видів спорту районного (міського), обласного, республіканського, міжнародного рівня (позашкільні навчальні заклади).

Надання цих послуг відбувається у вільний від роботи, навчальних занять час, у вихідні і святкові дні, у санаторно-курортних закладах, оздоровчо-спортивних таборах.

Важливим елементом системи спортивних і фізкультурно-оздоровчих послуг є спортивна медицина, яка водночас є і складовою системи охорони здоров'я. Вона покликана визначати стан здоров'я, фізичний розвиток і функціональний стан організму фізкультурників і спортсменів, здійснювати профілактику, діагностику і лікування захворювань та ушкоджень, пов'язаних із заняттям фізкультурою і спортом.

Систематичному диспансерному огляду лікарсько-фізкультурною службою підлягають учні дитячо-юнацьких спортивних шкіл, училищ олімпійського резерву, шкіл вищої спортивної майстерності, члени збірних команд і ветерани спорту. Персонально відповідає за допуск спортсмена до тренувань і змагань за станом здоров'я лікар.

Нераціональне заняття фізкультурою і спортом (неправильний вибір виду, режиму, інтенсивності занять тощо) може завдати шкоди здоров'ю людини.

Тому в цій справі особливо важливим є систематичне медичне обстеження і спостереження за станом здоров'я споживачів оздоровчих, фізкультурних і спортивних послуг, чим переймаються поліклініки та інші заклади охорони здоров'я. Після обстеження лікар визначає стан здоров'я, фізичний розвиток кожного пацієнта і розподіляє його в одну з медичних оздоровчих груп (основну, спортивного удосконалення, підготовчу, спеціальну). Ще одним критерієм розподілу пацієнтів на групи є рівень фізичної і спортивно-технічної підготовленості, який визначають на перших заняттях після спеціальної перевірки (за контрольними вправами і нормативами програми з фізичного виховання).

Основна і професійно-прикладна фізична підготовка і відбувається з урахуванням функціональних можливостей учасників занять. Для цього їх розподіляють на оздоровчі групи з урахуванням віку і рівня фізичної підготовленості. Кількісний склад основної групи, як правило, становить 12—15 осіб. Її учасники мають оволодіти технікою прикладних вправ, усунути функціональну недостатність органів і систем, підвищити працездатність організму. Велике значення при цьому мають систематичність занять, індивідуальне дозування і поступове підвищення навантаження. До групи спортивного удосконалення зараховують учасників основних медичних груп, які виконали відповідні контрольні вправи і нормативи.

Учасники підготовчої медичної групи займаються окремо від учасників основної. У ній заняття спрямовані на різнобічну фізичну підготовку, розвиток інтересу до фізкультури. У методиці їх проведення дуже важливі поступове підвищення вимог до оволодіння руховими навичками й уміннями, розвитку фізичних якостей, дозування навантажень.

До спеціальних медичних груп зараховують осіб з огляду на їх вік, характер захворювання, функціональні можливості організму. Чисельність таких груп становить 15 осіб. Заняття у них спрямовані на зміцнення здоров'я, загартовування організму, підвищення рівня фізичної працездатності, можливе усунення функціональних відхилень у фізичному розвитку,

ліквідацію залишкових явищ після перенесених захворювань, набуття необхідних умінь і навичок. Попри оздоровчо-відновлювальну спрямованість, заняття у спеціальних групах не повинні зводитися тільки до лікувальних цілей. Не менш важливо, щоб учасники спеціальних медичних груп поліпшили свій фізичний розвиток, розвинули уміння та навички і згодом поповнили підготовчі групи.

Суб'єктами організації діяльності спортсмена-професіонала в Україні є органи виконавчої влади з фізичної культури і спорту, спортивні клуби, професіональні спортивні ліги, федерації (асоціації, спілки, об'єднання тощо), національні спортивні федерації, статuti яких передбачають цей вид діяльності.

Сфера оздоровчих, фізкультурно-спортивних послуг останнім часом набуває динамічного розвитку, що свідчить про неабияке її майбутнє. Однак наявна матеріальна база за багатьма параметрами не відповідає характеру і масштабу попиту. Крім того, у багатьох верствах населення бракує належного розуміння важливості цієї справи, формуванню якого мали б прислужитися система виховання, соціальна реклама, активна діяльність суб'єктів бізнесу щодо просування своїх послуг на ринок.

11.2 Організація і технологія надання туристичних послуг

Туризм є однією з найдинамічніших форм міжнародної торгівлі послугами, а в багатьох державах — одним із основних джерел грошових надходжень, факторів забезпечення зайнятості населення, розширення міжособистісних контактів. Інвестиції в індустрію туризму є високорентабельними. За прогнозами, міжнародний туризм до 2010 р. стане провідною експортною галуззю у світі.

Туризм — тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю.

За цілями поїздки туризм класифікують на курортний (з метою відпочинку і лікування), екскурсійний (ознайомлення з визначними природними, історичними і культурними пам'ятками), діловий (для проведення ділових переговорів), науковий (ознайомлення з досягненнями науки і техніки, участь у наукових конгресах, конференціях), етнічний (поїздки для зустрічі з рідними); за формою участі — груповий, індивідуальний, сімейний, місцевий, прикордонний; за географією — міжконтинентальний, міжнародний (між-регіональний), регіональний; за віком туристів — зрілий, молодіжний, дитячий, змішаний; за терміном дії — одnodенний, багатоденний, транзитний; за сезонністю — активний туристичний сезон, міжсезонний, несезонний; за способом пересування — пішохідний, із застосуванням традиційних транспортних засобів, із застосуванням екзотичних видів транспорту (канатна дорога, фунікулер, дирижабль, повітряна куля, дельтаплан); за методом здійснення — організований (влаштований туристичними фірмами або добровільними організаціями) і неорганізований (група туристів самостійно планує та організовує свою поїздку, не використовуючи послуг туристичних фірм), плановий (за завчасно розробленим і узгодженим з країною відвідування маршрутом) та самодіяльний (відвідування певних місцевостей без узгодженої програми).

Туристичні послуги реалізуються на світовому ринку як невидимий товар. У туристичному бізнесі, як і в будь-кому іншому, необхідне вивчення попиту та пропозиції на ринку. При плануванні і наданні послуг фірма повинна орієнтуватися на потреби туристів. Саме на знанні інтересів і потреб споживачів туристичних послуг розвивається індустрія туризму, проектується і реалізуються туристичні операції.

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями,

органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Туристичні операції — вид діяльності, спрямованої на купівлю-продаж туристичних послуг і товарів туристичного попиту з метою задоволення культурних і духовних потреб туристів.

Головними об'єктами туристичних операцій є туристичні послуги.

Туристичні послуги — послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуг закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні послуги наділені специфічними соціально-оздоровчими особливостями (забезпечують відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участь у культурно- масових заходах та ін.). Завдяки цьому вони поєднують у собі економічні, соціальні, гуманітарні, виховні та естетичні якості. За призначенням їх поділяють на основні, додаткові і супутні (рис. 11.1).

Основні туристичні послуги регламентуються договором на туристичні обслуговування і путівкою.

Додаткові туристичні послуги є різноманітними за розвинутої інфраструктури туризму, вони приносять до 50% від загального доходу. Супутні послуги сприяють підвищенню сервісного обслуговування туристів. Між додатковими і супутніми послугами немає чіткої межі. Туристу можуть надавати чітко визначені види послуг на його вибір або повний їх комплекс.

Повний комплекс послуг надається методом продажу т. зв. інклюзив-турів або пекідж-турів. У західноєвропейських країнах більш розповсюдженим є термін «інклюзив-тур», у США — «пекідж-тур». Їх структура значною мірою варіюється залежно від країни, складу туристів, їх купівельної спроможності, характеру, асортименту та якості послуг, що надаються.

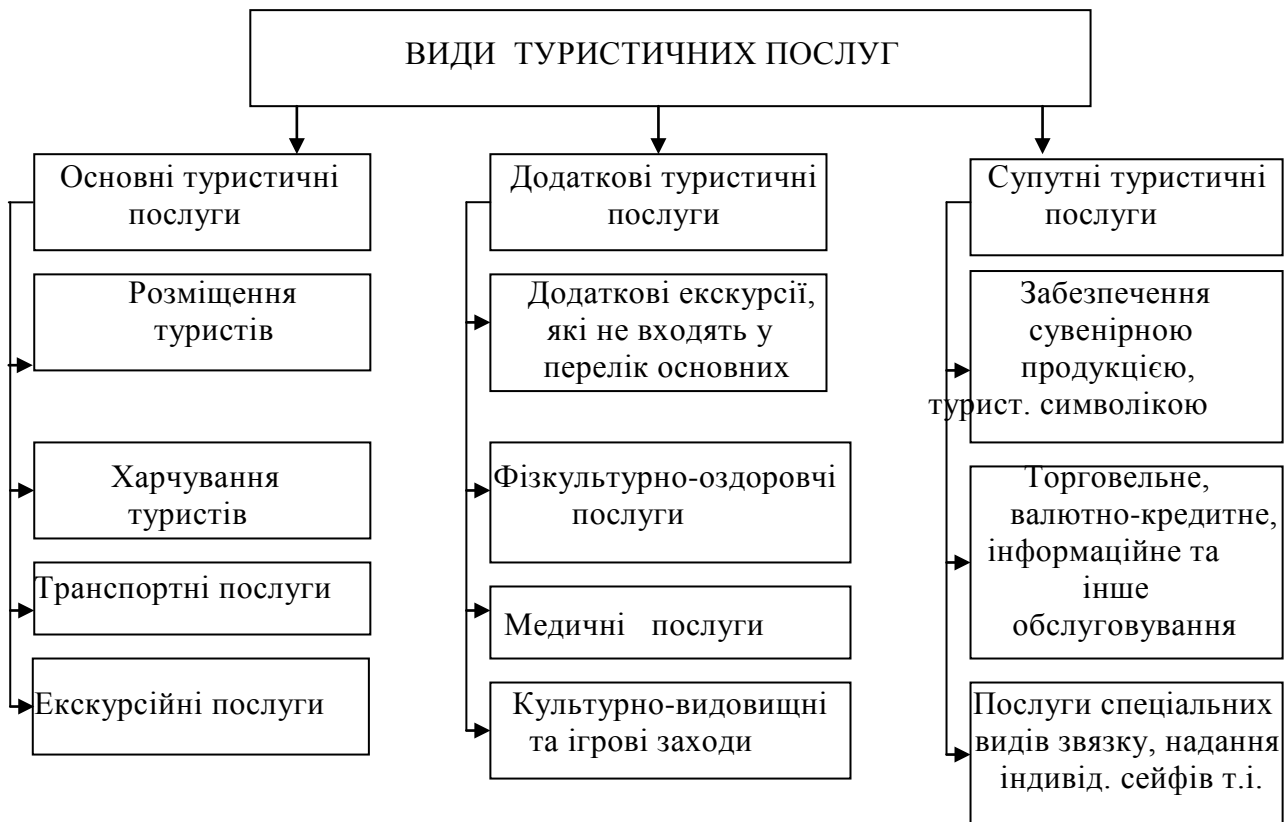


Рис.11.1. Види і різновиди туристичних послуг

Інклюзив-тури переважно застосовуються при авіаційних перевезеннях туристів до місця призначення і назад, вартість яких визначається на основі спеціально розроблених інклюзив-тарифів, що інколи бувають нижчими від звичайних. Вони містять також вартість розміщення туристів у готелі, харчування (повне або часткове) та інші послуги, котрі надаються на певну кількість днів перебування туристів у місці призначення. Загальний рівень цін інклюзив-туру повинен бути не нижчим за звичайні тарифи (тобто вартість транспортування) за певним туристичним маршрутом. Клієнту повідомляють паушальну (загальну) ціну інклюзив-туру без розшифрування окремих видів послуг. Інклюзив-тури застосовують, як правило, для групових та індивідуальних туристичних поїздок.

Пекідж-тур (комплексний тур) передбачає надання клієнту усіх необхідних послуг, однак він може не включати транспортні витрати. Переважно пекідж-тур організовується за конкретною, завчасно рекламованою

програмою. Туристичні послуги мають свій життєвий цикл, фази якого зображено на рис. 11.2.



Рис. 11.2. Життєвий цикл туристичної послуги

На етапі, який відповідає фазі розроблення послуг, здійснюють дослідження ринку, аналіз інформації, розрахунок вартості послуг на певний момент, пошук партнерів, налагодження зв'язків. «Запуск» послуги пов'язаний з поширенням рекламних оголошень, завоюванням потенційних клієнтів (характерні зміни обсягу збуту і коливання цін). У фазі зрілості туристична послуга стає відомою, здобуває постійних клієнтів, кількість бажаючих скористатися нею зростає, збільшується обсяг її продажів. Старіння послуги означає зниження попиту на неї, внаслідок появи на ринку нових, часто досконаліших, послуг (турів).

Ефективна торгівля туристичними послугами ґрунтується на врахуванні характерних фаз, які мають сезонний характер. Ідеться про те, що клієнти обирають для відпочинку і подорожей найпридатніший щодо їхніх інтересів сезон. У зв'язку з цим існує пряма залежність попиту на туристичні послуги від сезону року.

Із розвитком масового організованого туризму, становленням туристичної індустрії суттєво змінилися форми організації туристичного бізнесу. Передусім істотно збільшилася кількість роздрібних фірм-турагентів, що пропонують туристичні послуги. Змінився і характер діяльності туристичних оптових фірм-туроператорів, що пропонують повний комплекс послуг (інклюзив-турів).

Наданням туристичних послуг зайнялися великі корпорації, засновані на капіталі транспортних, торговельних, страхових компаній і банків. Отже, основними суб'єктами туристичного бізнесу є туристичні агентства, туроператорські фірми, туристичні корпорації, а також транспортні, страхові, банківські установи, заклади громадського харчування, готелі, які надають послуги туристам.

Туристичне агентство. Здебільшого турагентства реалізують запропоновані туроператорськими фірмами інклюзив-тури або займаються наданням окремих видів послуг індивідуальним туристам, групам, установлюючи безпосередні зв'язки з транспортними організаціями, готельним господарством, екскурсійними бюро.

Туристичне агентство — роздрібна фірма, яка є посередником між туроператорськими фірмами або обслуговуючими підприємствами і клієнтами-туристами.

Продаж інклюзив-турів турагентство здійснює за встановленими туроператором і зазначеними в його проспектах цінами. За реалізацію інклюзив-турів турагентства одержують під туроператора певну комісійну винагороду. Реалізація окремих видів туристичних послуг відбувається за цінами, встановленими їх виробниками, а за надання розніжених послуг турагентства можуть використовувати торговельні надбавки до роздрібних цін виробника. Інформаційні послуги турагентство переважно надає безкоштовно.

За організаційно-правовою формою турагентства поділяють на незалежні (не пов'язані організаційно-правовими функціональними зв'язками з іншими фірмами) і дочірні (філіали туроператорських фірм, монополій туристичної індустрії, торговельних фірм, банків, страхових товариств та інших компаній).

Незалежність турагентів виявляється у здійсненні контролю над капіталом фірми. Організація діяльності на основі ліцензії або франшизи (ліцензії великої фірми-туроператора на надання туристичних послуг) обмежує господарську самостійність турагентства, оскільки вони, як правило, супроводжуються зобов'язаннями не встановлювати ділові відносини з іншими

фірмами. Тому більшість турагентств перебуває у сфері впливу великих туристичних оптових фірм, авіаційних компаній, готельних корпорацій та ін.

У розвинутих країнах нараховується до 25 тис. турагентств (США — 7,8 тис, Велика Британія — 4 тис, Німеччина, Італія — по 1 тис, Франція — майже 7 тис). Приблизно половина туристичних агентств займається міжнародними туристичними операціями. Серед них переважають операції з продажу інклюзив-турів, реалізації авіаційних білетів туристам.

Туроператорська фірма. Діяльність таких структур зосереджена здебільшого на організації інклюзив-турів і реалізації їх від свого імені через турагентства або безпосередньо клієнтам.

Туроператорська фірма — туристична оптова фірма, що діє як посередник між підприємствами туристичної індустрії і турагентствами.

У процесі організації турів туроператор встановлює зв'язки з готельним господарством, закладами громадського харчування, транспортними підприємствами, а також залежно від особливостей туру — з культурно-освітніми установами й екскурсійними бюро. При цьому туроператорська фірма діє як оптовий покупець. Часто туроператори орендують на основі довгострокових контрактів готелі й інші засоби розміщення, літаки, автобуси, забезпечуючи їх максимальне завантаження, одержуючи від виробника туристичних послуг значні знижки. У процесі розрахунку вартості інклюзив-турів туроператор враховує вартість туристичних послуг на основі власних витрат на утримання апарату фірми, рекламну, комісійну винагороду турагенту і запланований прибуток. Однак загальна вартість інклюзив-туру для окремого туриста є дешевшою, ніж індивідуальна поїздка з аналогічним комплексом та якісним рівнем послуг.

За профілем діяльності туроператорські фірми поділяють на такі, що організовують тури з використанням: спеціально орендованих (чартерних) літаків; автобусних екскурсій; залізничних екскурсій; морських круїзів; подорожей у будь-яку країну.

У процесі формування турів туроператори враховують попит на туристичні послуги, який визначають, використовуючи методики та інструменти маркетингових досліджень ринку. На основі укладеного з туристичним агентом договору туроператор надає йому ліцензію на продаж своїх турів, забезпечує його рекламно-комерційною літературою, нерідко - покриває частину інших його рекламних витрат. При цьому туроператор запроваджує певну систему бухгалтерської звітності турагента за продані тури та обумовлює для нього оптимальний обсяг продажу туристичних послуг. Наприклад, кожна велика туроператорська фірма має від 500 до 2 тис. власних турагентств, які здійснюють роздрібний продаж послуг. Великі туроператорські фірми володіють широкою мережею зарубіжних філіалів, дочірніх компаній, котрі діють як туристичні агентства.

Туристичні корпорації. Малі та середні турагентства можуть об'єднуватись у кооперативи або консорціуми з метою розробки загальної політики й умов угоди з туристичними оптовими підприємствами.

Туристичні корпорації — об'єднання задля спільної діяльності причетних до надання туристичних послуг підприємств у самостійну господарську одиницю.

Внаслідок монополізації ринку послуг туристичні корпорації перетворилися на могутні міжгалузеві виробничо-господарські комплекси, що охоплюють підприємства різних галузей промисловості та обслуговують туристичний бізнес, транспортні, банківські, страхові й інші компанії. Вони реалізують тури через мережу туроператорів і турагентств у різних країнах. Об'єднання капіталів, організаційних зусиль сприяє оснащенню їх найсучаснішими автоматизованими системами управління і зв'язку, що є передумовою оперативного вивчення і задоволення потреб та інтересів туристів. Найрозвинутіші туристичні корпорації діють у країнах з ефективною економікою. Наприклад, у Франції 13 найбільших туристичних корпорацій реалізують 50% турів, у Німеччині 3 найбільші туристичні корпорації («TUI», «Nekkerman» і «ITS») охоплюють 70% ринку туристичних послуг.

Готельні комплекси. Останнім часом готельні комплекси значно активізували свою діяльність у туристичній сфері, надаючи туристам не тільки послуги щодо їх розміщення, але і багато інших (харчування в ресторані при готелі, надання конференційних залів, придбання транспортних квитків, виклик таксі, екскурсійне обслуговування, організація розваг, торгівля сувенірами та іншими товарами).

Найбільші готельні комплекси об'єднуються через автоматизовані системи управління і розподілу готельного фонду у т. зв. ланцюги, що дає змогу швидко і точно враховувати кожну індивідуальну угоду, з мінімальними витратами часу резервувати місця у готелях, на транспорті, оперативно видавати всю розрахункову документацію і здійснювати платежі. Нині у світі функціонує до 100 готельних «ланцюгів», загальна кількість номерів у яких сягає 1,6 млн. Провідні серед них «Holiday Inn», «Sharator», «Hilton».

Важливою особливістю сучасного етапу розвитку туризму і його організаційних форм є проникнення в туристичний бізнес транспортних, торгових, банківських, промислових, страхових компаній. Транспортні компанії надають окремі види послуг, а також самостійно розробляють тури з огляду на готельну базу. Туристів вони обслуговують на основі ділових відносин із готельними та іншими підприємствами, діючи на звичайних умовах туроператора.

Торгові фірми зайнялися реалізацією туристичних послуг приблизно на початку 70-х років XX ст. Здебільшого цим займаються великі роздрібні концерни і торгово-посилкові фірми. Спочатку універсальні магазини, прагнучи підвищити рівень торговельного обслуговування покупців, здавали в оренду свої приміщення для діяльності турагентств. Відтак, зі збільшенням попиту на туристичні послуги, вони стали організовувати формально незалежні (з обмеженою відповідальністю) туристичні фірми, які потім набули статусу їх дочірніх фірм. Із метою оперативного і стабільного освоєння ринку туристичних послуг вони почали визначати ціни турів, орієнтуючись на

мінімальний прибуток, що було можливо для них завдяки наявності великих обсягів капіталу від торговельної діяльності.

Промислові фірми, які представляють здебільшого галузі, що обслуговують туристичний бізнес, на основі системи участі (оволодіння пакетами акцій) стали включати у свою структуру туристичні фірми.

Проникнення банків і страхових компаній у сферу міжнародного туризму відбувається шляхом придбання контрольних пакетів або частини акцій туристичних фірм. Володіючи розгалуженою мережею філій і великим штатом страхових агентів, банки й страхові компанії успішно реалізують тури, одержуючи додатковий прибуток за рахунок економії на комісії, яка виплачується турагенту. Пропоновані банками тури, як правило, дешевші, ніж у турагентів. Крім того, банки й страхові компанії мають власні автоматизовані системи обліку та управління, в пам'яті яких містяться дані про вкладників і застрахованих осіб. Це дає змогу цілеспрямовано розсилати рекламу й інформацію, пропонувати клієнтам тури, які б відповідали їх інтересам і фінансовим можливостям.

Ефективність надання туристичних послуг залежить від того, наскільки точною за способами подавання (виражальними засобами) і своєчасною є реклама туристичних зон і туристичних програм, чим займаються насамперед туроператори, публікуючи оголошення в друкованих виданнях. Здебільшого рекламні оголошення, інформуючи про зміст і характерні особливості послуг, акцентують увагу потенційного споживача на вихідних для нього цінах.

Важливим чинником ефективної діяльності у туристичній сфері є просування туристичних послуг на ринок. Як відомо, з цією метою використовуються не тільки пряма реклама, яка наближує послугу до безпосередніх споживачів, а й інструменти паблік рілейшнз, завдяки яким у середовищі функціонування фірми утверджується думка про неї як про стабільного, надійного партнера, здатного задовольнити потреби різних соціальних категорій клієнтів.

Продуктивною є участь фірм у ярмарках і виставках, завдяки чому вони привертають увагу до конкретних туристичних послуг (туру), фірми загалом. Основними центрами, що організовують відомі в усьому світі ярмарки і виставки, є Брюссель, Мілан, Люксембург, Париж, Лондон.

Туристичні виставки можуть бути загального призначення (організують для професіоналів і потенційних споживачів), спеціалізованими або тематичними (організують за певними критеріями, наприклад лижний туризм), багатоцільовими (організують із метою представлення туристичних послуг різних форм).

У процесі здійснення туристичних операцій встановлюються відносини між туристами-споживачами туристичних послуг і туристичними фірмами-виробниками та їх продавцями, а також відносини туристичних фірм із різними організаціями-партнерами (банками, транспортними, страховими та іншими компаніями), від взаємодії з якими залежить ефективність їх роботи.

11.3 Комерційні операції щодо реалізації туристичних послуг

Ралізація туристичних послуг є складним багатоетапним процесом, який охоплює такі комерційні операції: укладення договору з виробниками послуг і товарів; бронювання квитків і забезпечення ними туристів; оформлення страхового поліса; методичне та рекламно-інформаційне забезпечення туру; підготовка путівок (ваучерів) і договорів; реалізація путівок; підготовка кадрів для туру та призначення їх на маршрут; здійснення туру.

Договірні взаємовідносини туриста і туристичної фірми складаються як відносини покупця-замовника і продавця-виконавця. Вони починаються переважно зі звернення клієнта в туристичне агентство за інформацією про послуги, які воно реалізує. Перед вступом у ці відносини кожен суб'єкт повинен автономно подолати певний шлях (клієнт — з'ясувати, осмислити свою потребу, фірма — створити ділову основу для взаємодії з потенційним клієнтом, тобто підготувати послугу: відпрацювати туристичний маршрут).

Особливість договірних відносин туристичної фірми з клієнтом — це специфічний характер «продукту», який є предметом договору. Загалом, укладаючи договір з туристичною фірмою, клієнт розраховує на отримання необхідного йому набору послуг відповідної якості. Туристична фірма при цьому надає йому, як правило, ще не самі послуги, а права (гарантії) їх отримання в обумовлений договором час, у певному місці. Безпосередньо цю роботу виконують інші фірми, які не мають із ним прямих договірних відносин, а діють на договірних відносинах із туристичною фірмою, яка взяла на себе зобов'язання перед туристом. За такої ситуації турист здобуває гарантії отримання необхідних йому послуг, сукупність яких відображається в путівці. Ці гарантії є кінцевим продуктом діяльності туристичної фірми і, відповідно, предметом договору.

Якщо клієнт зацікавлений в індивідуальному туризмі, він може доручити турагенту підготувати йому програму подорожі та повідомити вартість окремих видів або комплексу послуг. Одночасно він заповнює анкету із зазначенням маршруту подорожі, кількості днів перебування, класу обслуговування тощо.

Через певний термін туристичне агентство направляє йому програму подорожі, зазначивши її ціну. Якщо клієнт погоджується з програмою і ціною подорожі, він вносить туристичному агентству аванс (депозит) у сумі, яка становить приблизно 5% ціни послуги. Після отримання авансу турагентство зв'язується з транспортними, готельними та іншими туристичними організаціями для отримання від них підтвердження про можливість надати необхідної клієнту послуги.

Зацікавленим у груповій подорожі за інклюзив-туром клієнтам туристичне агентство надає рекламні матеріали завчасно розроблених маршрутів із зазначенням їх ціни, терміну подорожі, дати її початку. Клієнт, обравши тур, переказує гроші поштою або через банк на рахунок турагентства із зазначенням індексу туру. Упродовж кількох днів

турагентство надсилає йому ваучер і повідомлення з переліком необхідних для поїздки документів.

Взаємовідносини між основними суб'єктами комерційних операцій щодо надання туристичних послуг, як відомо, юридично оформляють відповідними договорами (контрактами), істотними умовами яких є:

- предмет договору: придбання туристом прав (гарантій) на тур, оформлених як путівка;

- обсяг, умови та якість надання послуг;

- порядок оплати і розрахунків за послуги, які є предметом договору;

- дата укладення і термін дії договору;

- права сторін (суб'єктів договору);

- обов'язки туристичної фірми щодо надання туристичного продукту в повному обсязі і відповідної якості; медичного страхування туристів, оформлення для них посольських віз та ін.;

- обов'язки туриста щодо оплати послуг, надання необхідних документів для оформлення віз та ін.;

- відповідальність і звільнення від відповідальності сторін внаслідок форс-мажорних обставин, зміни якості наданих послуг, термінів їх надання, відмови сторін від туру.

У договорі обумовлюють терміни надання послуг, вид транспорту, який доставлятиме туриста до місця відпочинку і у зворотному напрямку, клас, найменування готелю і місце його розташування. Укладають його письмово, скріплюючи печатками й підписами сторін. Він вважається укладеним з моменту оплати вартості туру та видачі туристу чи керівнику групи туристичного ваучера.

Туристичний ваучер (англ. *voucher*) — обмінний ордер, виданий туристичним агентством туристу в підтвердження оплати конкретних видів послуг, який є основою для їх отримання.

Відносини між виробниками туристичних послуг (транспортні організації, готелі, ресторани, екскурсійні бюро) і туристичним агентством або туристичним представником переважно регулюються агентською угодою.

Агентська угода — договір між особою, яка наймає агента, й агентом, відповідно до якого агенту доручається на певних умовах виконання від імені та в інтересах наймача певних послуг, дій, обов'язків.

У туристичному бізнесі агентська угода (ліцензія) передбачає передавання виробником (принципалом) послуг туристичному агенту, а також передавання права на продаж як видів цих послуг та інклюзив-турів від імені та за рахунок принципала. Вона може містити інструкції агенту щодо виконання покладених на нього завдань, територіально обмежувати сферу його діяльності, встановлювати його права та обов'язки щодо принципала, а також порядок виплати комісійної винагороди.

Агентська угода може бути оформлена в письмовій і в усній формах. Найчастіше використовується при цьому ліцензія (письмово оформлена на спеціальному бланку агентська угода). У ній зазначається: найменування та адреса фірми, що отримала ліцензію; вид туристичних послуг, що надаються; район діяльності агента; найменування та адреса принципала. Великі компанії, що діють як принципали, переважно мають свої типові бланки ліцензій або використовують спеціально розроблені туристичними асоціаціями варіанти.

Надання агенту ліцензії відбувається переважно за дотримання ним умов щодо обсягу обороту послуг, місцезонашування, кваліфікації персоналу. Відповідність цим вимогам встановлюється методом надання агентом принципалу відповідних документів або неофіційної перевірки інспекторами принципала. Інколи передумовами для отримання ліцензії можуть бути рекомендації кількох туристичних агентств, які вже мають аналогічні ліцензії, або депозит претендента на ліцензію як гарантія його надійності, джерело покриття збитків у разі банкрутства.

Зміст вимог до агента залежить від умов, що діють на національних ринках. Типові агентські угоди переважно в сі обов'язки турагентства:

- агент мусить здійснювати свою діяльність як туристичне агентство тільки за адресою або в приміщенні, на яке видано дозвіл (ліцензію);
- агент повинен продавати квитки і туристичні послуги тільки за встановленими принципалом цінами;
- агент має право на отримання встановленої комісійної винагороди, проте не має права надавати її частину клієнту як знижку до ціни або іншому агенту;
- усі грошові засоби, отримані від продажу послуг, не належать агенту і відокремлюються від його засобів;
- уся документація, що стосується продажу туристичних послуг, будь-коли може бути перевірена принципалом;
- агент повинен усіма можливими засобами забезпечити рекламування послуг, що надаються принципалом.

Агентська угода може містити застереження, яке зобов'язує агента не вступати в ділові відносини з іншими фірмами та не продавати їх туристичні послуги. За певних умов принципал може надати своєму агенту статус генерального туристичного агентства — агентства, яке має монопольне право на продаж окремих туристичних послуг (продаж білетів на певні види туристичних послуг, транспорт або авіалінії).

Розмір комісійної винагороди агентства залежить від виду та обсягу послуг, які воно надає. Від продажу авіаційних турів агентство отримує комісійні в розмірі 5—7,5%, автобусних і пароплавних турів — від 10% до 15%. Система надання ліцензії на основі агентської угоди найпоширеніша при продажу транспортних послуг. У міжнародній практиці широко використовують типові умови агентської угоди, розроблені Міжнародною асоціацією авіаційного транспорту (IATA). Вони передбачають надання ліцензіату (особі, що отримала ліцензію) права продавати авіаційні квитки; резервувати місця на всі або деякі авіалінії членів IATA на умовах,

зазначених у договорі і правилах ІАТА. За кожний проданий квиток або резервування місця агентство отримує від принципала комісійну винагороду, як правило, в розмірі 7,5%. Принципал видає агентству бланки авіаційних квитків і дозволяє використовувати свою торговельну марку, а також пільгові туристичні тарифи для організації інклюзив-турів. Зі свого боку агентство зобов'язане продавати певний обсяг авіаційних послуг (не нижче встановленого принципалом рівня), вчасно розраховуватися з принципалом за продані квитки, виконувати вимоги принципала до кваліфікаційного рівня свого персоналу та оформлення офісних приміщень.

У сучасних умовах відносини між виробником туристичних послуг і туристичним агентством регулюються і і договором франшизи.

Франшиза — право на створення комерційного підприємства і на торгівлю товарами головної фірми.

Система франчайзингу подібна до системи ліцензування, однак є більш досконалою, оскільки робить причетним "франшизоотримувача (франчайзі) до методів управління і технологічних процесів франшизодавача (франчайзера). Адже вона означає зобов'язання франчайзера забезпечити франчайзі фірмовим найменуванням, товарним знаком, товарами, рекламними послугами, консультаціями та іншою інтелектуальною для бізнесу інформацією.

У туристичній сфері система франчайзингу ґрунтується на укладенні двостороннього договору, який передавання прав і привілею на збут послуг, що охороняються торговельною маркою або надаються на основі технологій франшизодавача. Наприклад, у системі готельного господарства франшиза передбачає: використання франшизоотримувачем торговельної марки франшизодавача як засобу рекламування певного виду прслуг; застосування технології і стандарту обслуговування франшизодавача в готелі, що отримав франшизу; застосування розроблених франшизодавачем методів і систем управління готелем, зокрема й у веденні бухгалтерської звітності; застосування розроблених франшизодавачем методів підготовки персоналу;

використання його системи резервування; включення франшизоотримувача в загальну систему рекламування та маркетингу франшизодавача.

Франчайзинг був започаткований у США в системі автопрокату, потім поширився в готельному і ресторанному господарствах. Нині його використовують на міжнародному ринку послуг американські готельні комплекси, що дає змогу впроваджувати високі стандарти сервісу, впливати на якість готельних підприємств інших країн без істотних капіталовкладень.

Оформлення закордонного паспорта і візи туристичні агентства здебільшого беруть на себе. Тому при організації турів вони вступають у співробітництво зі страховими компаніями. Страховий внесок входить у вартість путівки, а його розмір залежить від тарифів, встановлених посольствами, які визначають мінімальну величину страхової суми (наприклад, для Західної Європи — приблизно 30 доларів США); тривалості поїздки; кількості туристів у групі (можливі знижки від 5 до 20%); віку туристів (стосовно осіб, старших 60 років, страхову суму може бути збільшено удвічі).

Страхові компанії, як правило, використовують компенсаційну і сервісну форми страхового обслуговування туристів.

Компенсаційна форма страхового обслуговування туристів. Вона передбачає оплату безпосередньо туристом усіх медичних витрат, відшкодування яких відбувається лише після повернення на батьківщину. Це породжує незручності, оскільки змушує його мати при собі значний грошовий запас. Компенсаційна програма страхування багажу передбачає страховий ліміт приблизно 2 тис. доларів. Їх виплачують після пред'явлення документів, котрі підтверджують утрату чи пошкодження багажу під час зберігання або транспортування. Це найпоширеніший вид страхування (тариф страхування багажу становить приблизно 50 центів на день).

Сервісна форма страхового обслуговування туристів. Основними напрямками її є страхування медичних витрат; забезпечення правової підтримки туристів у разі адміністративних або цивільних порушень,

відшкодування цивільної відповідальності за нанесення ними у результаті ненавмисних дій шкоди майну третіх осіб; страхування від нещасних випадків.

Обов'язковим документом під час туристичної поїздки є страховий поліс.

Страховий поліс — свідоцтво (документ), видане страховим товариством (страхувальником) застрахованій особі (страховику).

Як документ, що гарантує оплату необхідного медичного обслуговування при настанні страхового випадку, страховий поліс обов'язково містить номер телефону фірми-партнера, за яким можна звернутися по допомогу, інформацію про страхувальника, страховика, умови, вартості страховки і звільнення від зобов'язань (відповідальності) компанії за форс-мажорних обставин — обставин непереборної сили, які унеможливили виконання угоди.

Більшість країн (Австрія, Бельгія, Німеччина, Голландія, Данія, Іспанія, Норвегія, Франція, Швейцарія, Швеція, США тощо) не видає віз без наявності спеціального і страхового поліса.

Віза — відмітка у закордонному паспорті чи документі, що його заміняє, про дозвіл його власнику п'їздити на територію певної держави, перебувати в ній, проїзди-їи через неї, вибувати за її межі.

Багато країн (Бахрейн, Єгипет, Кенія, Ліван, Мальта, Непал, Об'єднані Арабські Емірати і Туреччина), для яких туристична індустрія є одним із основних джерел бюджетних надходжень, видають візи при прибутті туристів на їх територію. Однак часто для отримання візи необхідно пройти обов'язкові процедури у консульських установах, чому туристам допомагають туристичні організації, з якими вони вступають у договірні відносини.

Залежно від цілей поїздки особи можуть отримати туристичні візи, візи за приватним запрошенням або візи за діловим запрошенням.

Візи за приватними і діловими запрошеннями оформляють у консульстві країни. Оформлення туристичних віз відбувається на підставі виклику зарубіжної фірми на певну кількість туристів за списком, заявленим

раніше туристичним агентством. Після розгляду списку консульство видає опальну для всієї групи візу або візу, призначену для окремих туристів. За цей вид послуг утримують консульський збір у розмірі 10—60 доларів США. Під час оформлення документів туристична фірма повинна поінформувати туристів про вимоги прикордонних і митних служб.

Питання для самоперевірки

1. Дайте визначення “фізична культура”, “спорт”.
2. Охарактеризуйте державне регулювання фізичної культури і спорту (ЗУ “Про фізичну культуру і спорт” із змінами і доповненнями, внесеними ЗУ від 15 травня 2007 року N1021-V).
3. Що становить матеріально-технічну базу фізичної культури і спорту?
4. Які системи послуг і заходів надають організації фізкультурно-оздоровчої, спортивно-масової роботи?
5. Чим стимулює держава розвиток фізкультури і спорту?
6. Надайте вимоги щодо дотримання правил безпеки, охорони здоров'я при проведенні занять фізичною культурою та спортивних заходів (ЗУ “Про фізичну культуру і спорт”).
7. Хто і з якою метою створює мережу лікувально-фізкультурних закладів?
8. Яке науково-методичне забезпечення фізичної культури і спорту?
9. Дайте визначення поняття “туристичні послуги.
10. Чим обумовлені особливості туристичних послуг?
11. Як поділяють туристичні послуги за призначенням
12. Охарактеризуйте інклюзив-тур, пекідж-тур.
13. Наведіть характеристику життєвого циклу туристичної послуги.
14. Визначте поняття “туристичне агенство”. В чому сутність його діяльності?
15. Як поділяються турагентства за організаційно-правовою формою?

16. Що таке туроператорська фірма? Наведіть особливості її функціонування.
17. У чому сутність діяльності готельних комплексів?
19. Від чого залежить ефективність надання туристичних послуг?
20. Охарактеризуйте договірні взаємовідносини туриста і туристичної фірми. Наведіть істотними умови договорів.
21. Що таке агентська угода? В яких формах вона може бути оформлена?
24. Які обов'язки турагентства відображають типові агентські угоди?
25. Надайте характеристику форм страхового обслуговування туристів.
26. Наведіть визначення поняття “страховий поліс”. Які складові цього документу?
27. Що таке безпека в галузі туризму?
28. Які заходи вживають органи державної влади та органи місцевого самоврядування щодо безпеки туристів?
29. Хто здійснює контроль за діяльністю в галузі туризму?
30. Що є порушенням законодавства в галузі туризму?

12. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

План

12.1 Сутність та значення освіти, характерні особливості ринку освітніх послуг

12.2 Критерії оцінювання якості освітніх послуг

12.3 Ліцензійні умови надання освітніх послуг у сфері вищої освіти

12.1 Сутність та значення освіти, характерні особливості ринку освітніх послуг

Освіта є основою інтелектуального, культурного, духовного, соціального, економічного розвитку особистості суспільства, нації і держави, нарощення їх інтелектуального, духовного та економічного потенціалу.

Освіта — процес формування знань, духовного обличчя людини під впливом інтелектуальних надбань, моральних і духовних цінностей, процес виховання і самовиховання.

Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості і найвищої цінності суспільства, її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадянина, здатного до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими кадрами. Ґрунтується вона на засадах гуманізму, демократії, національної свідомості, взаємоповаги між націями й народами. Досягнення освітньої мети забезпечується в освітньому процесі — процесі передавання, одержання, здобування знань і навичок.

Система освіти складається із закладів освіти, наукових, науково-методичних і методичних установ, науково-виробничих підприємств, державних і місцевих органів управління освітою, а також самоврядування у сфері освіти. Суб'єкти діяльності у сфері надання послуг освіти відображено на рис. 12.1.

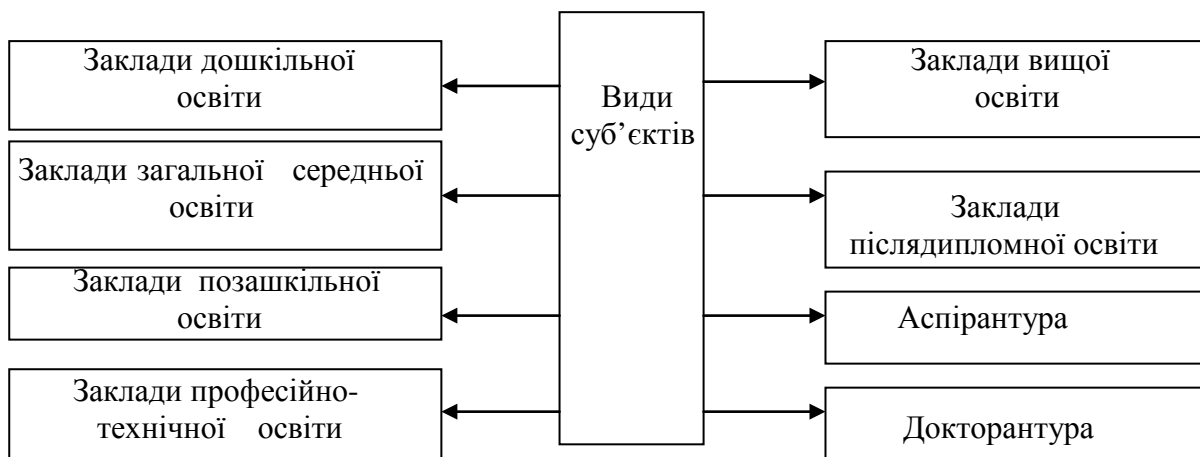


Рис.12.1. Суб'єкти діяльності у сфері надання послуг освіти

Система освіти в Україні охоплює такі освітні рівні: початкова загальна освіта; базова загальна освіта; повна загальна середня освіта; професійно-технічна освіта; базова вища освіта; повна вища освіта. Пройшовши відповідний курс підготовки, можна здобути такі освітньо-кваліфікаційні рівні, як кваліфікований робітник, молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст, магістр.

Ринок освітніх послуг є системою економічних відносин щодо купівлі-продажу важливих і самобутніх економічних благ, споживчі вартості яких створюються педагогами. На їх виробництво витрачаються зусилля працівників освіти і матеріальні ресурси, які продукуються іншими галузями. Тому освітні послуги мають також вартість, є товаром і, відповідно, об'єктом ринкових відносин.

Характерними особливостями ринку освітніх послуг є:

1) невідчутність послуг освіти, тобто неможливість їх демонстрації до моменту здійснення, що ускладнює процес вибору конкретного постачальника послуг. «Покупці» освітніх послуг роблять попередні висновки про них, беручи до уваги здебільшого матеріально-технічну базу закладу освіти, освітньо-професійні програми, місце роботи випускників, рівень науково-

педагогічного персоналу. Тому заклади освіти багато зусиль спрямовують на забезпечення довіри з боку потенційних споживачів, використовуючи передусім системи маркетингових комунікацій;

2) невіддільність послуг освіти від навчальних закладів. Під час надання освітніх послуг завжди присутні «продавець» (викладачі навчального закладу) і «покупець» (учень, студент), якість взаємодії між якими, а відповідно, і якість послуг, залежить від багатьох суб'єктивних та об'єктивних чинників;

3) непостійність якості освітніх послуг, що залежить від їх постачальників (викладачів і рівня їх підготовки), часу (у денний чи вечірній період) і місця надання (наявність спеціалізованих класів, аудиторій, забезпечених сучасним обладнанням). Якість викладання матеріалу навіть одним викладачем може змінюватися залежно від його фізичної форми і настрою;

4) недовговічність освітніх послуг, що виявляється в їх нездатності до зберігання з метою наступного використання, хоча ефект від послуги зберігається;

5) неможливість володіння послугою освіти;

6) залежність прийнятності (освітність послуг від місцезнаходження навчального закладу, місця проживання потенційних їх споживачів);

7) велика тривалість надання освітніх послуг (як правило, час здобуття першої вищої освіти за різними спеціальностями становить 4—6 років), відтермінування їх результатів унаслідок зміни попиту на ринку праці;

8) залежність результатів навчання від умов майбутньої роботи і життя випускника;

9) необхідність подальшого супроводу освітніх послуг, зокрема надання випускникам різних консультацій, організації курсів підвищення кваліфікації;

10) похідний характер попиту на послуги освіти. Попит на товари і послуги визначає структуру розвитку і функціонування промисловості і бізнесу,

що обумовлює потребу в певних спеціалістах і, відповідно, попит на певні освітні послуги;

11) ліцензування послуг. Держава охороняє споживача освітніх послуг від недобросовісних їх продавців, які не можуть забезпечити відповідну якість навчання шляхом надання ліцензій на право здійснення освітньої діяльності й встановлення державного акредитаційного статусу навчального закладу. Надання послуг освіти без ліцензії заборонено державою;

12) споживачами послуг освіти є молоді люди віком 16-30 років, мотивація яких при здобутті цих послуг відрізняється від мотивації інших споживачів — людей старшого віку, яких є незначна кількість;

13) конкурсний характер освіти. Більшість навчальних закладів надають послуги освіти на конкурсній основі, тобто потенційний споживач повинен володіти певними знаннями, вміннями і навичками, наявність яких перевіряється з допомогою тестів, екзаменів чи співбесід.

Згідно з освітніми та освітньо-кваліфікаційними рівнями, з урахуванням державних стандартів освіти формується перелік послуг, які надають суб'єкти діяльності у сфері освіти. Державні стандарти освіти розробляють для кожного освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівнів і затверджуються Кабінетом Міністрів України. Вони підлягають перегляду та перезатвердженню не рідше як один раз на 10 років.

Відповідність освітніх послуг державним стандартам і вимогам визначають засновник закладу освіти, Міністерство о с в і т и України, Міністерство освіти Автономної Республіки, інші міністерства і відомства, яким підпорядковані заклади освіти, місцеві органи управління освітою шляхом ліцензування, інспектування, атестації та акредитації навчальних закладів у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку. За результатами ліцензування відповідні органи у межах своїх повноважень видають ліцензії на право здійснення освітньої діяльності із встановленням за певними освітніми, освітньо-кваліфікаційними рівнями обсягів підготовки, які відповідають

кадровому, науково-методичному та матеріально-технічному забезпеченню, а також вносять їх до державного реєстру закладів освіти.

Законодавство України передбачає вільний вибір закладу освіти і фахового її напрямку для всіх категорій громадян України; доступність і безоплатність дошкільної, повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої освіти в державних і приватних навчальних закладах.

Послуги у сфері освіти надають:

- заклади дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої і післядипломної освіти різних форм навчання (очної, вечірньої, заочної, екстернат, а також із педагогічним патронажем), засновані на державній та інших формах власності;

- курси, гуртки, факультативи, групи з вивчення іноземних мов, комп'ютерної підготовки, гри на музичних інструментах, хореографії, образотворчого мистецтва, стенографії, машинопису, крою і шиття, оздоблення приміщень, агротехніки, зоотехніки та ін.;

- школи естетичного виховання (музичні, художні, хореографічні, школи мистецтв).

Рівень організації навчально-виховного процесу значною мірою залежить від якості його наукового і методичного забезпечення (зокрема послуг бібліотек), психологічного забезпечення (організації діяльності психологічних служб).

До системи послуг в освітній сфері належать:

- а) надання державних стипендій, пільг учням і студентам;
- б) організація харчування, медичного обслуговування у системі освіти;
- в) забезпечення студентів місцями у гуртожитках і надання відповідних житлово-комунальних послуг;
- г) створення і підтримання безпечних, нешкідливих умов навчання, праці та виховання.

За рішенням місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування заклади освіти для задоволення освітніх потреб

населення можуть надавати і платні послуги. З цією метою за рахунок коштів підприємств, установ, організацій, батьків та інших добровільних внесків можуть бути запроваджені додаткові навчальні курси понад обсяг, встановлений державним стандартом для відповідного освітнього рівня, а також створені навчально-виховні об'єднання «школа — дитячий садок», школи і групи продовженого дня. Освітні заклади можуть надавати окремим громадянам на платній основі можливість користуватися їх навчальною, науковою, виробничою, культурною, спортивною, побутовою, оздоровчою базою.

На сучасному етапі суттєво розширюється сфера платних освітніх послуг: плата за додаткові освітні послуги для учнів з предметів, не передбачених державним стандартом; навчання в гімназійних класах з оплатою вивчення додаткових предметів; платне навчання студентів у середніх і вищих навчальних закладах та ін.

Послуги освіти є дорогими, що обумовлено використанням висококваліфікованої педагогічної праці, навчально-лабораторного устаткування, високою часткою постійних витрат. Одним із головних факторів розвитку послуг освіти є розумові здібності, інтелект викладачів, їх гранична корисність, унікальність. Деякі з них мають монопольну ціну.

Ціни на освітні послуги встановлюються і регулюються державою для всіх освітніх закладів відповідно до державних освітніх програм і стандартів. На освітні послуги недержавних навчальних закладів, викладачів, які займаються індивідуальною трудовою діяльністю, додаткові освітні послуги державних закладів застосовуються вільні (ринкові) ціни. Ціни на освітні послуги залежно від співвідношення попиту і пропозиції на них можуть відрізнятися від їх вартості. Крім того, істотні особливості цін на освітні послуги обумовлені їх специфікою як різновиду благ некомерційного характеру більшості навчальних закладів. За переважну їх частину розраховуються не безпосередні споживачі (школярі, студенти, аспіранти), а держава зібраними податками. Корисний результат від освітньої послуги

може виявитися лише через тривалий час, і його можна виміряти не безпосередньо, а з використанням непрямих показників. Тому держава, підприємства, окремі особи сплачують за навчання загалом, а не за кожну послугу. Ці послуги важко піддаються безпосередньому грошовому виміру.

12.2 Критерії оцінювання якості освітніх послуг

Вирішальну роль у забезпеченні якості освітніх послуг відіграють викладачі, які безпосередньо можуть відстежити реакцію споживчого ринку (студентів), гнучко пристосовуватися до його запитів. Тому одним із важливих ресурсів забезпечення конкурентоспроможності освітніх послуг є підготовка і підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу, представники якого є і своєрідними маркетологами, оскільки сприяють збагаченню взаємовідносин із покупцями освітніх послуг.

Особливості технології надання освітніх послуг пов'язані з підвищенням їх конкурентної диференціації, яка здебільшого відбувається за ціновим фактором, що «причиняє цінову конкуренцію. Альтернативами їй можуть бути: наділення існуючих освітніх послуг елементами новаторства (підвищення кваліфікації випускників через кожні п'ять років за зниженими цінами, безоплатне забезпечення підручниками через систему Інтернет тощо); укомплектованість навчального закладу висококваліфікованими викладачами, які постійно підвищують свій освітній рівень; створення сучасних аудиторій, матеріально-технічної бази; більш досконала організація процесу навчання (можливість самостійного вивчення матеріалу і контролю за допомогою комп'ютера в інтерактивному режимі, використання комп'ютерних баз даних, тренінг, робота в малих групах, дистанційні форми навчання через інформаційно-комунікаційні мережі).

Невідчутність і змінність якості послуг освіти позначається на створенні позитивного іміджу послуг, оскільки для цього необхідний певний час. Заклади, які намагаються вирізнити свої освітні послуги, створити їх

унікальний імідж, отримати за рахунок нього конкурентні переваги, розробляють і активно використовують корпоративну товарну марку.

В оцінюванні якості освітніх послуг послуговуються такими критеріями:

- доступність послуг, що пов'язана із розташуванням навчального закладу поблизу місця проживання «покупця»;
- репутація навчального закладу;
- знання і досвід викладацького персоналу;
- надійність (належний рівень знань), безпека у навчанні (під час експериментів), культурний рівень викладацького персоналу (ввічливість, тактовність, увага);
- реакція на додаткові вимоги учнів, студентів, організацій-споживачів;
- рівень комунікації (функціонування електронних комунікаційних мереж, комунікабельність викладачів);
- естетика приміщень (зовнішній вигляд працівників, обладнання аудиторій).

Запорукою успішної діяльності на ринку послуг є:

- а) орієнтація задоволення потреб ринку праці й очікувань покупців освітніх послуг. Це актуалізує необхідність індивідуалізації процесу освіти, забезпечення персоналізованої підготовки спеціалістів для окремих організацій-споживачів за відповідну плату, врахування інтересів найобдарованіших студентів шляхом поділу їх на групи за рівнем успішності;
- б) забезпечення найвищих стандартів якості освітніх послуг;
- в) постійний контроль за рівнем організації навчального процесу, моніторинг тенденцій на ринку освітніх послуг, модернізація процесу їх надання.

Пріоритетом розвитку сучасної освіти є впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, що забезпечують удосконалення навчально-виховного процесу, доступність інформаційних ресурсів, підготовку

особистості до життєдіяльності в інформаційному суспільстві. Це досягається шляхом забезпечення поступової інформатизації системи освіти; запровадження дистанційного навчання із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій; використання індивідуальних модульних навчальних програм, електронних підручників; створення індустрії сучасних засобів навчання, що є важливою передумовою реалізації ефективних стратегій на ринку послуг освіти.

12.3 Ліцензійні умови надання освітніх послуг у сфері вищої освіти

У зв'язку із затвердженням нової редакції Ліцензійних умов надання освітніх послуг у сфері вищої освіти, наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 29.11.2011 р. №1377, зареєстрований у Міністерстві юстиції України 15.12.2011 за №1448/20186, необхідно враховувати особливості розрахунку показників та оформлення порівняльної таблиці відповідності стану забезпечення навчального закладу Ліцензійним умовам надання освітніх послуг у сфері вищої освіти (далі – Порівняльна таблиця) та Державним вимогам до акредитації, а також оформлення окремих документів у ліцензійних та акредитаційних справах.

У документах, що подаються вищим навчальним закладом для проведення ліцензування або акредитації, при оформленні Порівняльної таблиці у підпункті 1.2 пункту 2.1 розділу II Ліцензійних умов надання освітніх послуг у сфері вищої освіти (далі – Ліцензійні умови) у графі "Норматив" при акредитації напряму підготовки, спеціальності зазначається ліцензований обсяг, визначений ліцензією, при ліцензуванні – проставляється "-"; у графі "Фактично" зазначається ліцензований обсяг відповідно до заяви навчального закладу.

У підпунктах 2.2 і 2.3 пункту 2.1 розділу II Ліцензійних умов при розрахунку частки докторів наук або професорів, які проводять лекційні заняття з дисциплін фундаментального циклу та фахових дисциплін навчального плану спеціальності і працюють у навчальному закладі за

основним місцем роботи, у графі "Фактично" зазначається частка докторів наук або професорів, які забезпечують відповідний цикл дисциплін, у відсотках та їх кількість в особах.

Якщо при розрахунку вищевказаних часток докторів наук або професорів відбувається прирівнювання кандидатів наук, доцентів до докторів наук або професорів, то у таблицях якісного складу кадрового забезпечення у графі "Примітки" подається інформація про виконання кандидатом наук, доцентом певних умов, визначених абзацом 3 пункту 2.2 і абзацом 3 пункту 2.3.

Звертаємо увагу, що однією з таких умов, які враховуються при вказаних розрахунках, є одноосібне авторство монографії або співавторство в обсязі не менше розділу монографії.

Вимога обов'язкової наявності не менше 1 доктора наук або професора на 25 осіб ліцензованого обсягу для освітньо-кваліфікаційних рівнів "спеціаліст" і "магістр" застосовується наступним чином. Наявна кількість докторів наук або професорів розраховується для сукупного ліцензованого обсягу освітньо-кваліфікаційних рівнів "спеціаліст" і "магістр" за денною формою навчання, а також за заочною формою навчання з урахуванням коефіцієнту 0,2. Розрахунки та пояснення наводяться у ліцензійних та акредитаційних справах після таблиць якісного складу кадрового забезпечення.

Якщо при акредитації спеціальності навчальним закладом не виконується вказана вимога щодо докторів наук, професорів, Міністерство прийматиме рішення про зменшення ліцензованого обсягу. Навчальний заклад має право запропонувати варіант зменшення ліцензованого обсягу спеціальності для приведення у відповідність вищевказаного нормативу щодо докторів наук, професорів.

У підпункті 2.4 пункту 2.1 розділу II Ліцензійних умов у графі "Фактично" зазначається розрахована частка педагогічних працівників вищої категорії, які викладають лекційні години, для кожного циклу дисциплін навчального плану окремо.

Розрахунки у підпунктах 3.3, 3.4 і 5.2 необхідно здійснювати для максимально можливого контингенту студентів, обчисленого виходячи з ліцензованого обсягу прийому та строку навчання за кожним освітньо-кваліфікаційним рівнем.

Вимога підпункту 2.2.5 пункту 2.2 розділу II Ліцензійних умов щодо необхідності проходження підвищення кваліфікації (зокрема науково-педагогічного стажування) з відповідної дисципліни тривалістю не менше 6 місяців застосовується лише у випадку, коли відповідність науково-педагогічної спеціальності викладача дисциплінам, які він викладає, не підтверджується його спеціальністю за дипломом про освіту, або науковою спеціальністю, або науковим ступенем, або ученим званням. У всіх інших випадках застосовуються вимоги до проходження підвищення кваліфікації, встановлені Положенням про професійне навчання кадрів на виробництві, затвердженим спільним наказом Міністерства праці та соціальної політики України і Міністерства освіти і науки України від 26.03.2001 р. №127/151, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 6 квітня 2001 р. №315/5506.

Питання для самоконтролю

1. Надайте визначення освіти.
2. Що є метою освіти?
3. Наведіть суб'єкти діяльності у сфері надання освітніх послуг.
4. Надайте характеристику особливостей ринку освітніх послуг
5. Які основні принципи освіти в Україні (ЗУ "Про освіту")?
6. Хто і яким чином формує перелік послуг, що надають суб'єкти діяльності у сфері освіти?
7. Назвіть органи управління освітою в Україні.
8. Що таке система освіти? Назвіть складові структури освіти.
9. Назвіть основні критерії оцінювання якості освітніх послуг.
10. Що є запорукою успішної діяльності на ринку освітніх послуг?
11. З чим пов'язані особливості технології надання освітніх послуг?

12. Які вимоги до керівника навчального закладу?
13. Які освітні рівні встановлюють в Україні?
14. Які вимоги до кадрового забезпечення в сфері надання освітніх послуг?
15. Надайте характеристику державного стандарту вищої освіти.
16. Надайте характеристику галузевих стандартів вищої освіти.
17. Надайте характеристику ліцензійних умов надання освітніх послуг у сфері вищої освіти

ТЕМА 13. ПОСЛУГИ КУЛЬТУРИ ТА НАУКИ

План

13.1 Форми і методи реалізації послуг у сфері культури

13.2 Суб'єкти бізнесу і види послуг у сфері культури

13.3 Сутність та особливості надання наукових і науково-технічних послуг

13.4 Основні мотивації розвитку комерційних процесів у сфері науки

13.1 Форми і методи реалізації послуг у сфері культури

Культура є сукупністю виявів життя, досягнень творчості народу (народів). Вона охоплює звичаї і традиції, мову і писемність, особливості господарювання й економічної діяльності, суспільно-політичний устрій, техніку, науку, релігію, мистецтво та ін.

Культура — історично зумовлений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, виражених у типах організації її діяльності.

З огляду на сутнісні особливості, розрізняють духовну і матеріальну культуру. Засвоєння її відбувається за допомогою навчання. Культура створюється, культуру опановують. Кожне покоління відтворює її і передає своїм нащадкам. Цей процес є основою соціалізації. Якби він зупинився, культура загинула б. В усіх суспільствах існують соціальні групи, що мають різні культурні цінності і традиції, є носіями властивої їм субкультури.

Субкультура — система норм і цінностей, що відрізняють конкретну соціальну групу від більшості суспільства.

Формується вона під впливом таких факторів як соціальний клас, етнічне походження, релігія і місце проживання. Цінності субкультури впливають на формування особистості індивідів.

Аналіз культури різних народів, країн свідчить про існування різноманітних її специфічних ознак. Проте існують і культурні універсали — загальні ознаки, властиві всім культурам. До них належать спорт, прикраси

тіла, спільну працю, танці, ритуали, звичай дарувати подарунки, гостинність, жарти, мову, релігійні обряди, виготовлення знарядь праці тощо.

Кожному суспільству властиві ознаки етноцентризму — намагання судити про інші культури з позиції переваги власної. Нерідко він пов'язаний із ксенофобією (грец. *xenos* — чужий і *phobos* — страх) — страхом і ворожістю до чужих поглядів і звичаїв.

Основними елементами культури є:

1) поняття — форма мислення, яка відображає предмети і явища в їх істотних ознаках. Завдяки їм відбувається впорядкування досвіду людей. Сферою їх використання є мова;

2) відносини — стосунки, зв'язки, взаємини між певними суб'єктами. Культури не тільки виокремлюють предмети і явища за допомогою понять, а й виявляють їх взаємозв'язки у просторі і часі (наприклад, чорне протилежне білому). Кожна культура формує специфічні уявлення про взаємозв'язки між поняттями;

3) цінності — загальноприйняті переконання щодо цілей, до яких людина повинна прагнути. Вони є основою моральних принципів. Різні культури можуть надавати перевагу різним цінностям (героїзму на полі бою, художній творчості, аскетизму), і в кожную епоху домінують відповідні їм цінності;

4) правила — положення, яким передається закономірність, співвідношення певних явищ. Як і норми, вони регулюють поведінку людей відповідно до цінностей певної культури. Наприклад, норми поведінки людей, які належать до християнської і мусульманської релігій, попри певну подібність, мають і немало відмінностей.

У більшості суспільств до початку XX ст. склалися такі дві форми культури, як висока культура (образотворче мистецтво, класична музика і література) і народна культура (казки, фольклор, пісні і міфи тощо), продукти кожної з яких призначені для відповідної публіки. З появою засобів масової інформації відбулося стирання розходжень між високою і

народною культурою. Так виникла масова культура, не пов'язана з релігійними, класовими субкультурами. Культура стає масовою, коли її продукти стандартизують і поширюють серед широкої публіки.

Суспільна культура, культурний рівень окремих соціальних груп та індивіда обумовлюють їх культурні потреби, процес формування і розвитку яких залежить від соціально-психологічних факторів, демографічних особливостей, національних традицій, ідеологічних і релігійних поглядів, середовища виховання і побуту, загального культурного та освітнього рівнів.

У сукупності культурних потреб соціальних груп та індивідів виокремлюють художньо-естетичні, пізнавальні видовищні, рекреаційні та інші потреби. Здатність задовольняти їх залежить не тільки від попиту на результати культурної діяльності, а й від ресурсних можливостей (матеріальних, трудових, фінансових) соціально-культурної сфери. Це є свідченням залежності культури від культурної політики держави — діяльності щодо розроблення пріоритетів, пов'язаних із відтворенням і розвитком культури, системи його адміністративно-правового й економічного регулювання, організації функціонування соціально-культурної сфери.

13.2 Суб'єкти бізнесу і види послуг у сфері культури

Склад і структура сфери культури постійно змінюються залежно від технологій та потреб людей, а відповідно, і нових видів послуг та нових видів підприємств. Різноманітні підприємства сфери культури виробляють ідентичний продукт — послугу. Залежно від економічних механізмів, методики фінансового планування діяльності підприємства сфери культури умовно поділяють на некомерційні і комерційні. У цій сфері відсутні єдині технології, хоча простежуються загальні їх елементи.

Діяльністю у сфері культури є створення, розповсюдження і популяризація творів літератури і мистецтва; збереження і використання

культурних цінностей; естетичне виховання, організування спеціальної освіти, відпочинку і дозвілля громадян.

Продуктування і реалізацію культурних послуг здійснюють культурно-освітні заклади (клуби, бібліотеки, музеї, парки, центри відпочинку); виставкові зали; театральні - видовищні організації (театри, концертні організації, цирки); навчальні заклади позашкільної естетичної освіти (дитячі музичні, художні, хореографічні школи, школи мистецтв); вищі та середні спеціальні навчальні заклади (консерваторії, інститути культури, кінематографії, хореографічні училища); кіномережа (кінотеатри, кіноустановки, відеотеки); бази і контори прокату; кіностудії; видавництва; редакції газет і журналів; радіо-, телестудії і телевізійні технічні центри; студії звукозапису; підприємства з виробництва компакт-касет і компакт-дисків; спеціалізовані реставраційні підприємства і майстерні; підприємства з виробництва кіноапаратури, музичних інструментів, світло- і звукотехніки, атракціонів, спеціалізованого технологічного обладнання для оснащення закладів культури, відпочинку, засобів масової інформації; підприємства народних художніх промислів.

До суб'єктів бізнесу у сфері культури зараховують організації туризму та екскурсійного обслуговування; організації шоу-бізнесу; грального бізнесу; модельні агентства; рекламні майстерні та агентства.

Суб'єктами діяльності у сфері культури є:

- професійні творчі працівники, професійні творчі колективи, працівники культури, окремі громадяни;
- державні й приватні заклади, підприємства, організації та установи;
- творчі спілки, національно-культурні товариства, фонди, асоціації, інші громадські об'єднання, їх підприємства;
- держава в особі її органів влади та управління.

Діяльність у сфері культури здійснюється на професійній та аматорській основі і в порядку, визначеному законодавством України про підприємства,

підприємницьку діяльність, некомерційні організації та об'єднання, а також законодавством, що регулює конкретні види діяльності у сфері культури.

В Україні гарантується розвиток мережі різних за видами діяльності та формою власності закладів, підприємств та організацій культури: театрів, філармоній, професійних творчих колективів, кіностудій, організацій телебачення, радіомовлення, кіновідеопрокату, видавництв, редакцій, музеїв, художніх галерей (виставок), бібліотек, архівів, клубних закладів, кінотеатрів, цирків, парків культури і відпочинку, навчальних закладів і наукових установ, позашкільних закладів естетичного виховання і дозвілля дітей та юнацтва, дизайнерських, реставраційних центрів і майстерень, історико-культурних, архітектурних заповідників, заповідних територій тощо.

Основні види створених у культурній сфері продуктів можуть мати матеріальну форму або реалізовуватись як послуги.

Послуги — специфічний продукт, що домінує у сфері культури, не мають речовинної форми, процес їхнього виробництва і споживання збігається в часі. Наприклад, реалізація послуг дискотеки відбувається до тих пір, поки звучить музика і відвідувачі танцюють; театральних послуг — протягом спектаклю тощо. Суттєвою особливістю послуг у сфері культури є неможливість придбати їх про запас (концерти, циркові програми неможливо зберігати на складі), переміщувати (зіграний на різних сценах і різними акторськими групами спектакль щоразу є окремим продуктом). Окремі послуги у сфері культури можуть мати і матеріальний характер (реставрація, відео- та аудіозапис).

Нематеріальні послуги сфери культури за функціональними особливостями класифікують на послуги, що безпосередньо виконують культурну функцію (послуги, які надають актори, читці, музиканти, співаки під час концертів, шоу, спектаклів, лекцій, екскурсій, а також послуги, які надають диригенти, балетмейстри, хормейстри, режисери та ін.), і послуги, що виконують функцію розпоряджувального механізму» (видача книжок в бібліотеках, показ фільмів у кінотеатрах, прокат відеокaset,

театральних костюмів і реквізиту, продаж предметів художнього мистецтва (картин, скульптур, антикваріату, виробів народних промислів і сувенірів, книг).

Матеріальні послуги сфери культури за функціональним призначенням поділяють на:

а) виробничі засоби культури — продукти організацій культури і мистецтва, за допомогою яких інші заклади або інші працівники мають змогу створювати свої продукти (фарби, пензель, мольберт; гримувальні засоби; театральна бутафорія, реквізит, театральні костюми; музичні інструменти; поліграфічна техніка тощо);

б) інформаційні засоби культури — продукти, за допомогою яких споживач задовольняє різні культурні потреби (аудіо-, відеотехніка тощо), а також різноманітні засоби масових комунікацій.

Засоби культури відіграють важливу роль у процесі створення культурних благ (матеріальних, духовних) і в забезпеченні доступності до них споживачів. З огляду на функції організацій культури і мистецтва, послуги у сфері культури класифікують на такі групи (рис. 13.1):

1) культурно-професійна освіта (діяльність архівів, бібліотек, лекторіїв; освітня діяльність спеціальних навчальних закладів; окремі види пізнавального туризму щодо надання відповідних культурних послуг)

2) художня творчість (діяльність закладів мистецтва театрів, концертних організацій, філармоній, цирків; професійних художників, скульпторів, майстрів художніх народних промислів; аматорська творчість щодо надання відповідних культурних послуг)

3) відпочинок і розваги населення, які надають організації шоу-бізнесу та інші розважальні заклади.

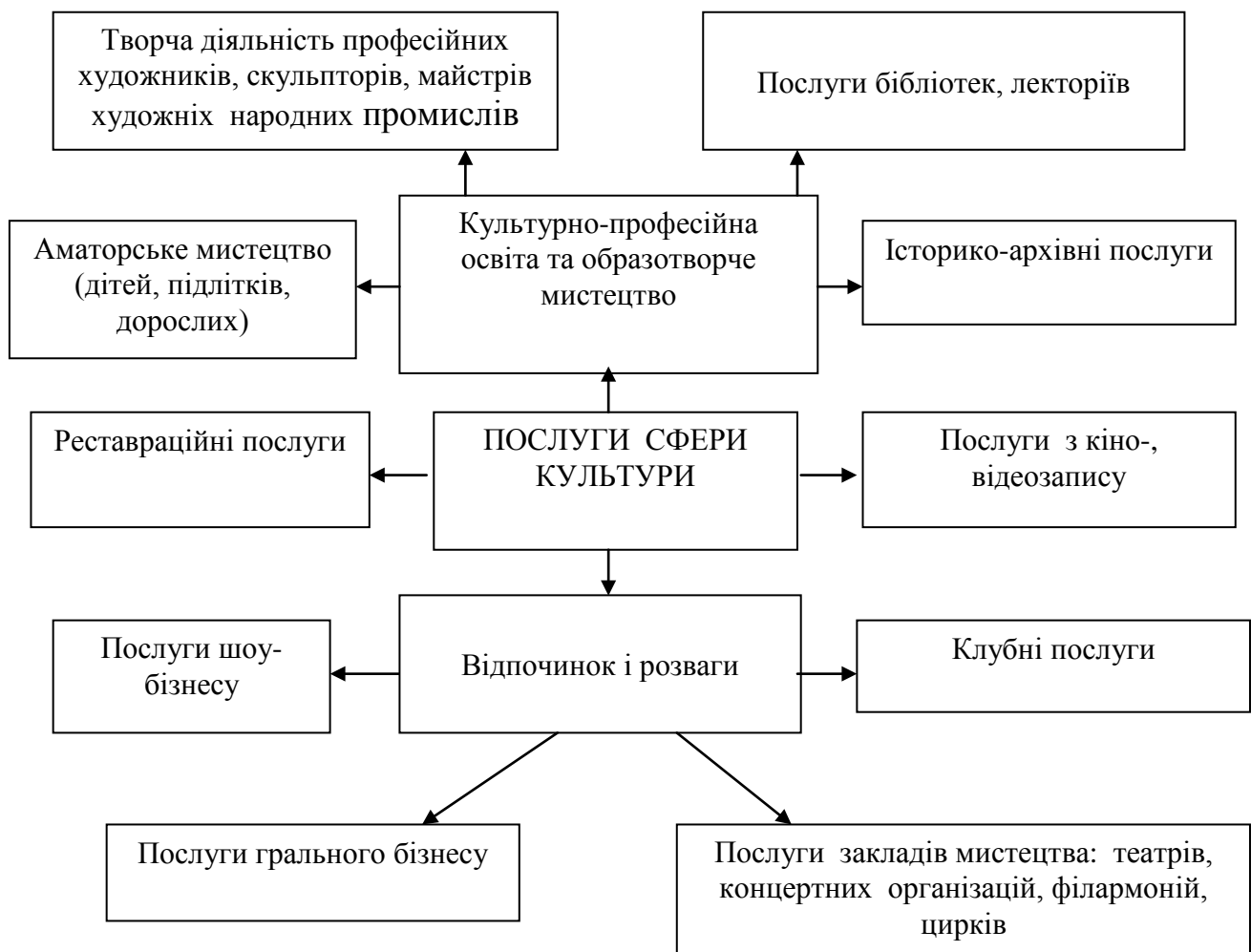


Рис.13.1. Класифікація послуг сфери культури

Держава гарантує здійснення естетичного виховання громадян через доступність до надбань вітчизняної і світової культури, розвиток мережі навчальних, позашкільних виховних і культурно-освітніх закладів, створення умов для індивідуальної і колективної художньої творчості.

13.3. Сутність та особливості надання наукових і науково-технічних послуг

Перехід сучасного суспільства в інформаційну стадію розвитку супроводжується раціоналізацією соціального життя, інтелектуалізацією виробництва, розкріпаченням інтелектуального потенціалу людини, максимальним використанням інформаційних джерел її життєдіяльності. З інтелектуалізацією (підвищення інтелектомісткості) виробництва невпинно

зростає попит на наукові відкриття, наука стає безпосередньою продуктивною силою, джерелом формування економіки знань. Завдяки цьому вона набуває все більше ознак економічної категорії.

Наука — високоорганізована, високоспеціалізована дослідницька діяльність щодо виробництва об'єктивних знань про природу, суспільство, мислення.

Наука є цілісною системою, що охоплює природознавство, суспільствознавство, філософію, методи і теорії, теоретичні та прикладні дослідження. Вона є наслідком суспільного поділу праці, тобто виникає у зв'язку з відокремленням розумової праці від фізичної у процесі перетворення пізнавальної діяльності на специфічний вид занять особливої (на перших порах малочисельної) групи людей.

Із перетворенням науки на безпосередню продуктивну силу практичне втілення її результатів відбувається в процесі науково-технічного обслуговування, яке є одним із сегментів сфери послуг.

Система послуг у сфері науки і науково-технічного обслуговування формується, функціонує і розвивається як цілісний, інтегрований організм, унаслідок чого наукові дослідження (фундаментальні, прикладні) стимулюють розвиток суспільного виробництва. Вона охоплює всі сфери суспільного життя, тобто наукові знання і наукові підходи, необхідні матеріальному виробництву, економіці, політиці, сфері управління, освіти тощо.

Науково-технічне обслуговування — суспільні відносини, що формуються в процесі науково-технічної діяльності з метою одержання нових знань, використання їх для створення і вдосконалення способів, знарядь, предметів та умов праці, життя людини, духовного і культурного розвитку суспільства.

Залежно від методу дослідження послуги у сфері науки і науково-технічного обслуговування поділяють на такі види:

а) послуги у сфері фундаментальних наукових досліджень (завдяки їм пізнають сутність, природу речей, явищ, подій, відкривають нові процеси й закономірності). Фундаментальні науки спрямовані насамперед на внутрішні потреби й інтереси науки, на підтримку її функціонування як єдиного цілого, продукують узагальнені ідеї, що характеризують глибинні засади буття. У зв'язку з цим йдеться про «чисту» науку, теоретичний досвід, про пізнання заради пізнання;

б) послуги у сфері прикладних наукових досліджень, спрямованих на розв'язання певних проблем, які безпосередньо стосуються матеріальних інтересів суспільства. Прикладні науки зосереджені на практичних видах діяльності людини, виробництві. На цій підставі стверджують про практичну науку, яка має на меті зміну навколишньої дійсності.

Загалом науково-технічні послуги забезпечують взаємозв'язок між науково-дослідними, дослідно-конструкторськими розробками з виробництвом.

Наука і науково-технічне обслуговування орієнтують не тільки на техніку, а й безпосередньо на людину, на розвиток її інтелекту, творчих здібностей, культури мислення, на створення матеріальних і духовних передумов для її всебічного розвитку. Тому вони повинні розвиватися швидше, ніж інші сфери діяльності.

Послуги в науковій і науково-технічній сферах на певній стадії розвитку («наукова ідея — ринок») мають багато спільного з товарними. На цій стадії є реальна змога комерціалізувати наукову ідею, здійснити експертизу і визначити можливі сфери її використання. Щоб стати предметом обміну, наукові та науково-технічні послуги повинні набути ознак товару, відповідати стандартним вимогам до нього. Тому більш адекватним для означення процесів купівлі-продажу, комерційного використання продуктів інтелектуальної праці є термін «науково-технологічний обмін». Якщо такий обмін містить і торгівлю наукомісткими (техномісткими) товарами, то для оцінювання його обсягів використовують розроблену ЮНКТАД класифікацію технологічної місткості торгівлі.

Технологічна місткість торгівлі — частка витрат на дослідження і розробки у сфері виробництва, торгівлі товарами та послугами.

Для оцінювання технологічної місткості торгівлі використовують Стандартну міжнародну торговельну класифікацію (ІТС), а також розраховують коефіцієнт технологічної місткості торгівлі (щодо галузей виробництва, окремих науково-технічних послуг для різних країн). Послуги і галузі, в яких він вищий за середній для певної країни або групи країн, вважаються високотехнологічними; якщо коефіцієнт технологічної місткості торгівлі близький до середнього значення, такі послуги є середньотехнологічними; якщо нижчий середнього рівня — низькотехнологічними.

В оцінюванні технологічності наукової продукції поширені й такі якісні критерії, як частка зайнятих у науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах (вона має бути не меншою за 2,5% від загальної чисельності працівників), досягнення світового рівня якості продукції, висока експортна квота, використання високих технологій (хай-тек) та ін.

Науково-технічні відносини формуються і реалізуються між фізичними і юридичними особами у процесі створення, купівлі-продажу, обміну науково-технічної продукції.

Основними формами науково-технічних відносин є:

- обмін загальною науково-технічною інформацією, накопичення її у базах даних для спільного використання, обмін програмними продуктами;
- укладення і реалізація контрагентом контрактних угод щодо здійснення НДДКР з наступним передаванням всієї інформації і права розпоряджатися їх результатами замовнику (право на оформлення патента й ліцензії на виробництво);
- здійснення на основі прямих зв'язків коопераційних НДДКР щодо конкретного винаходу з подальшим спільним (іноді — відокремленим) володінням патентом і правом надання ліцензій;

- реалізація міжнародних (за участю кількох країн або фірм) науково-технічних програм з розроблення актуальних проблем (телекомунікаційна технологія, біотехнологія та ін.) на основі спеціалізації та кооперації НДДКР;

- реалізація державних (регіональних), міжнародних комплексних науково-технічних програм.

Усі форми співпраці щодо передавання-придбання науково-технічних послуг на комерційній основі оформляють у г о д а м и (контрактами), одна зі сторін якого (покупець) має відповідний виробничий потенціал або капітал, а інша (продавець) — право на використання конкретних розробок і необхідні знання у цій сфері. Істотними умовами договору (контракту) на створення (передавання) науково-технічної продукції є:

1. Предмет договору (найменування науково-технічної продукції; науково-технічні, економічні та інші вимоги до неї, а також способи її застосування).

2. Термін виконання робіт (іноді зазначають терміни основних їх етапів на основі складання календарних планів).

3. Вартість робіт і порядок розрахунків.

4. Умови здавання, приймання та оцінювання науково-технічної продукції (передбачає перелік наукової, технічної та іншої документації, що підлягає її оформленню і здаванню виконавцем замовнику).

5. Відповідальність сторін.

Завершення надання послуг виконавець і замовник фіксують актом здачі-приймання науково-технічної продукції, який супроводжують комплектом наукової, технічної та іншої документації, передбаченою технічним завданням та умовами договору; протоколом комісії про приймання дослідних взірців (партій) нової техніки, виготовленої відповідно до договору; копією протоколу науко-технічної ради виконавця з висновками щодо відповідності виконаної роботи технічному завданню або іншому документу.

Невід'ємним елементом реалізації послуг науково-технічного характеру є державна науково-технічна експертиза. Здійснюють її з метою забезпечення

наукової обґрунтованості структури, змісту пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки, відповідних науково-технічних програм та проектів, прогнозування соціально-економічних, екологічних наслідків здійснення передбачуваної науково-технічної діяльності, аналізу ефективності використання науково-технічного потенціалу, а також рівня досліджень та їх результатів. У ній беруть участь представники державних і громадських організацій, установ, закладів, окремі фахівці, зокрема зарубіжні, яких залучають на основі контракту (договору). Кошти на експертизу передбачають в обсягах загальних витрат на фінансування науково-технічної діяльності.

13.4 Основні мотивації розвитку комерційних процесів у сфері науки

Ринкова економіка забезпечує досягнення високих результатів на засадах максимального використання досягнень науки і техніки, нових ідей та технологій. Тому продукція і послуги науково-дослідного характеру мають високу вартість і користуються підвищеним попитом.

Основою розвитку комерційних процесів у сфері науки і науково-технічного обслуговування є інтереси таких економічних суб'єктів:

- держави, яка зацікавлена у визначенні та забезпеченні пріоритетів національної науки на міжнародних ринках, формуванні конкурентного середовища у сфері науки на внутрішньодержавному рівні, прискоренні темпів зростання НТП, використанні його результатів у практиці господарювання і піднесенні національної економіки;
- підприємців науково-дослідного профілю, які прагнуть реалізувати власні ідеї, досягти економічного успіху і матеріального достатку, працювати в малому колективі й управляти власною справою;
- ринкових структур, зацікавлених у підвищенні ефективності своєї роботи, завоюванні нових ринків збуту.

Держава зацікавлена в розвитку ефективного підприємництва у сфері наукових і науково-технічних послуг, функціонуванні в ній

конкурентоспроможних ринкових структур, а вони часто потребують уваги держави до корінних проблем своєї діяльності. Тому держава в реалізації своїх інтересів (мотивацій) використовує різноманітні інструменти впливу (форми реалізації мотивації), серед яких можна виокремити: розроблення і забезпечення реалізації програм науково-технічного розвитку; захист інтелектуальної власності, пільгове оподаткування та кредитування суб'єктів підприємництва у сфері наукових і науково-технічних послуг; сприяння розвитку попиту на наукові продукцію, послуги і розвитку різних форм організації бізнесу в цій сфері; сприяння створенню малих венчурних фірм і бюджетне асигнування їх діяльності; сприяння заснуванню і діяльності фондів підтримки підприємництва у науковій сфері тощо.

Ефект від розвитку торгівлі послугами у сфері науки і технічного обслуговування може виявитися в таких формах

а) економічний ефект, основними якісними параметрами якого є прибуток від ліцензійної діяльності, прибуток від впровадження винаходів, патентів, ноу-хау, поліпшення використання виробничих потужностей, скорочення термінів окупності інвестицій, капітального будівництва, поліпшення використання ресурсів (підвищення продуктивності праці, фондівіддачі, прискорення оборотності обігових коштів тощо.);

б) науково-технічний ефект, який визначають на підставі кількості зареєстрованих авторських свідоцтв, динаміки розвитку нових інформаційних технологій і впровадження нових прогресивних технологічних процесів, реальних показників коефіцієнта автоматизації виробництва, рівня конкурентоспроможності товарів на ринках промислово розвинутих країн;

в) соціальний ефект, показниками якого є приріст доходів працівників підприємства, збільшення кількості робочих місць, поліпшення умов праці і відпочинку, підвищення рівня кваліфікації працівників;

г) екологічний ефект, про який можуть свідчити зменшення кількості викидів в атмосферу, ґрунт, воду шкідливих компонентів, обсягів відходів виробництва; підвищення ергономічності виробництва; поліпшення

екологічності товарів; зменшення кількості і сум штрафів за порушення екологічного законодавства.

Основою для визначення пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки є комплексний прогноз соціально-економічного та науково-технічного розвитку країни з обов'язковим аналізом різних його варіантів, використанням висновків державної експертизи, незалежних експертів і громадським обговоренням.

Традиційно держава найбільше підтримує фундаментальні дослідження, зусилля вчених на ранніх стадіях формування нових ідей, розроблення теоретичних засад у нових галузях знань. Державне замовлення послуг у сфері науки і науково-технічного обслуговування забезпечує вигідні умови для участі суб'єктів науково-технічної діяльності в розвитку фундаментальних досліджень, розробленні й освоєнні принципово нових технологій, науково-технічної продукції, створюваних відповідно до державних науково-технічних програм, за конкурсними проектами державних органів, державних фондів, що підтримують науково-технічну діяльність. Державне замовлення забезпечується фінансуванням, матеріально-технічними ресурсами і видається виконавцям на конкурсних засадах.

В Україні за рахунок бюджетних коштів переважно фінансуються фундаментальні дослідження і розробки, а також дослідження і розробки оборонного характеру; роботи, що відповідають пріоритетним напрямам розвитку науки і техніки; прикладні науково-технічні розробки, результати яких мають загальнодержавне значення; роботи, пов'язані з науково-технічним співробітництвом на основі міждержавних угод.

Бюджетне фінансування науково-технічних робіт здійснюється шляхом:

- базового фінансування як засобу підтримки фундаментальних досліджень, що відбуваються у наукових установах і вищих навчальних закладах;

- цільового фінансування наукових досліджень і розробок з пріоритетних наукових напрямів, науково-технічних програм;

- контрактного фінансування важливих досліджень і розробок, що пройшли конкурсний відбір.

Прикладні дослідження, спрямовані на створення нових методів оброблення матеріалів, нових технологій і засобів виробництва, задоволення потреб бізнесу, розвиваються здебільшого на комерційній основі. Прикладні науки підтримуються переважно комерційними структурами, приватними особами, великими корпораціями і компаніями, які є основними замовниками результатів їх досліджень.

Метою прикладної науки є підвищення ефективності функціонування виробничо-господарських структур. Тому в її розвитку найбільше зацікавлені виробники-підприємці, власники підприємницьких структур, менеджери, організатори виробництва й управлінці, їхня орієнтація на підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, здобуття конкурентних переваг на ринку стимулює розвиток прикладних досліджень (науково-дослідні, проектно-конструкторські, технологічні розробки). Саме це є найвідчутнішим стимулятором бізнесу науковими, науково-технічними послугами, який у країнах з розвинутою ринковою економікою набув значного поширення. У цьому процесі сформувалися різноманітні фінансово-економічні відносини між державою, науково-дослідними підприємницькими структурами й основними користувачами їх науково-дослідної продукції.

Типові підприємницькі структури у сфері надання наукових і науково-технічних послуг зображено на рис.13. 2.

Науково-технологічні центри. У світовій економічній практиці вони зарекомендували себе як потужні інноваційні структури, які перетворюють наукові ідеї на конкурентоспроможну, часто унікальну науково-технічну продукцію. Як правило, діють вони у найпотужніших індустріальних регіонах.

Науково-технологічний центр — форма інтеграції науки і виробництва (співробітництва наукових, навчальних закладів із промисловими фірмами), суть якої полягає у перетворенні наукових ідей на науково-технічну продукцію.

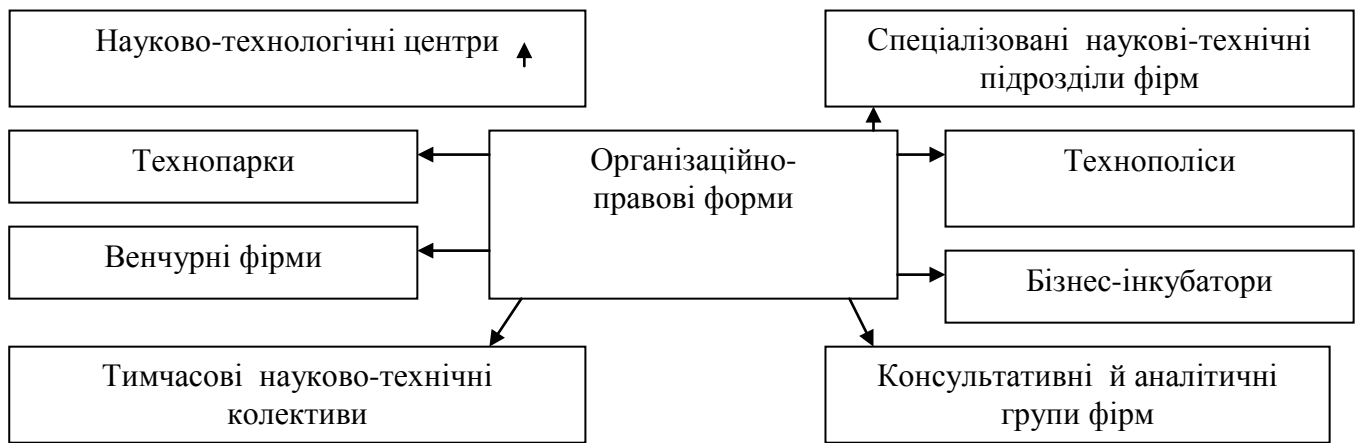


Рис.13.2. Основні рганізаційно-правові форми у сфері надання послуг науки і науково-технічного обслуговування

У своїй діяльності вони об'єднують довкола себе науковий потенціал, акумулюють, систематизують, аналізують інноваційні ідеї, розробляють актуальні для виробничої сфери науково-технічні проекти (попити, винаходи, ноу-хау), реалізуючи їх на ринку науково-технічних послуг.

Технопарки. Основою їх функціонування є взаємодія наукових, науково-дослідних центрів, конструкторських і виробничих підрозділів у реалізації наукових ідей, здійсненні науково-технічних розробок.

Технопарк — науково-інноваційні комплекси, метою функціонування яких є розроблення новітніх технологій, впровадження науково-технічних розробок, виробництво продукції у наукомістких галузях економіки.

У межах технопарків реалізується науково-виробничий цикл створення інновацій на основі найновіших знань і найпродуктивніших технологій.

Технополіси. Як центри новітніх технологій технополіси створюють здебільшого у відсталих регіонах із метою їх прискореного розвитку завдяки поєднанню потенціалів державної політики, науки, фінансово-кредитних установ, венчурного капіталу.

Технополіси (грец. *techne* — майстерність і *polis*) — спеціально створені комплекси, які об'єднують науку, техніку, економіку, підприємництво, мистецтво управління, задля реалізації актуальних інноваційних проектів.

Утворюють технополіси, як правило, науково-дослідні інститути, великі компанії, банки, венчурні підприємства, консалтингові фірми. Часто в них представлені й державні органи. Найвідомішим технополісом є «Силіконова долина» в Каліфорнії (США), широкого розвитку набули вони також в Японії, Франції, Німеччині.

Бізнес-інкубатори. Ця організаційна форма сприяння створення і розвитку малих підприємств була започаткована у США у 60-ті роки XX ст., потім вона поширилася в Європі, а останнім часом утверджується і в Україні. Загалом бізнес-інкубатори надають новоствореним підприємствам необхідні технічну, юридичну допомогу, ділові послуги щодо оптимізації управління, доступу до технологій, інформації, фінансів.

Бізнес-інкубатор (лат. іпсйбо — висиджую) — організаційна структура, діяльність якої спрямована на створення сприятливих умов для заснування і розвитку малих підприємств через надання необхідних їм послуг і ресурсів.

Основними послугами бізнес-інкубаторів є надання в оренду приміщень, технічно-адміністративне, юридичне обслуговування, економічне, науково-технічне консультування, сприяння доступу до інформаційних, фінансових, технологічних та інших ресурсів, навчання кадрів. У своїй діяльності вони взаємодіють із місцевими органами влади, банками та іншими кредитними установами, об'єднаннями підприємців, науковими установами тощо.

Венчурні фірми (ризик-фірми). У своїй діяльності вони орієнтуються на практичне використання ще не апробованих технічних і технологічних новинок, що часто породжує відчутні економічні ризики.

Венчурна фірма — спеціально створене підприємство для реалізації науково-технічних ідей, пов'язаних зі значним ризиком.

Такі підприємства не повертають вкладені у них кошти і не сплачують на ці кошти відсотки. Інвестори отримують права на всі запатентовані й незапатентовані ними ноу-хау, засновницький прибуток. Більшість із таких

фірм перебувають у різних формах економіко-правових відносин із великими компаніями і фінансовими групами.

Торгівля послугами у сфері науки й науково-технічного обслуговування за багатьма ознаками є ризикованою справою, що зумовлено неготовністю ринку відразу сприйняти нововведення; технічною або технологічною недопрацьованого нового товару; неефективністю нововведення або нижчою його дохідністю, ніж планувалось при розробленні; невизначеністю обраної стратегії тощо.

Оскільки використання нових засобів праці, технологій, засобів організації виробничих процесів пов'язане з підвищенням ризиком для підприємців, які вкладають капітали в їх створення, бізнес у сфері надання науково-дослідних послуг у багатьох країнах вважається венчурним (ризикованим).

Венчурний (ризикований) бізнес — вид бізнесу, орієнтований на використання неапробованих практикою технічних і технологічних новинок, результатів науково-технічних досягнень.

Досвід багатьох країн свідчить, що бізнес у цій сфері пов'язаний не тільки з ризикованістю, але і з можливістю отримувати у перспективі високі доходи. Тому йому приділяють неабияку увагу у своїй економічній стратегії зорієнтовані на науково-технічний прогрес держави, а також великі корпорації, компанії. У США, наприклад, науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки (НДДКР) на 48% фінансуються приватними компаніями, і приблизно і настільки федеральним урядом. У країнах ЄС, крім Німеччини і Бельгії, НДДКР фінансуються здебільшого з державних фондів. В Італії на державу припадає до 70% всіх витрат на НДДКР. Однак в Японії більшість таких робіт фінансуються приватними компаніями.

Головними проблемами венчурних фірм у зарубіжних країнах є визначення кон'юнктури і ринків збуту науково-дослідної продукції, пошук шляхів зниження комерційного ризику в цьому процесі, забезпечення прибутковості роботи підприємств.

В Україні венчурне підприємництво тільки починає розвиватися, оскільки вітчизняним підприємцям доводиться враховувати такі фактори ризику, які не становлять проблеми для іноземних фірм (політична нестабільність, невизначеність економічної ситуації, часта зміна податкових нормативів, відсутність або недосконалість інформації про кредитоспроможність і платоспроможність партнерів, низька виконавча дисципліна, недосконалість законодавчої бази, що захищає інтереси підприємця тощо).

Спеціалізовані науково-технічні підрозділи фірм. Їх створюють у великих фірмах, що випускають наукомістку продукцію. Головне завдання таких підрозділів полягає у відстежуванні новітніх процесів в науці, техніці, виробництві, науково-технічних відкриттів, визначенні напрямів розвитку науково-технічного процесу в компанії, оновленні змісту і форм науково-технічних послуг на національному й світовому ринках.

Тимчасові науково-технічні колективи. Створюють їх на певний період для розв'язання конкретної науково-практичної проблеми із спеціалістів, які працюють на фірмі, науковців, а іноді — із залученням спеціалістів зовні. Можливе також створення з цією метою міжфірмових альянсів — об'єднань кількох фірм з науковими, навчальними закладами.

Консультативні й аналітичні групи фірм. Вони можуть бути спеціалізованими структурними підрозділами або створюватись для розв'язання конкретної проблеми. Завдання їх полягає в прогнозуванні розвитку технологій, попиту на продукцію. На основі цих прогнозів уточнюють стратегію розвитку фірми у різних часових параметрах.

Розвиток бізнесу в науковій сфері передбачає концентрацію зусиль та взаємодію усіх суб'єктів економіки, зацікавлених у її розвитку.

Питання для самоперевірки

1. Що таке культура?
2. Що таке субкультура? Під впливом яких факторів вона формується?

3. Назвіть та охарактеризуйте основні елементи культури.
4. Наведіть класифікацію нематеріальних послуг сфери культури за функціональними особливостями.
8. Як класифікують матеріальні послуги сфери культури за функціональним призначенням?
9. На які групи поділяють послуги сфери культури?
11. У чому полягає сутність державного регулювання надання послуг закладами культури й мистецтва?
12. Що таке наука?
13. Надайте визначення “науково-технічного обслуговування”.
14. Як поділяються послуги у сфері науки й науково-технічного обслуговування залежно від методу дослідження?
15. Що таке технологічна міскість торгівлі? Як вона оцінюється?
16. Наведіть основні форми науково-технічних відносин.
17. Назвіть істотні умови договору на створення (передавання) науково-технічної продукції.
18. Що є основою розвитку комерційних процесів у сфері науки й науково-технічного обслуговування?
19. В яких формах може виявитися ефект від розвитку торгівлі послугами у сфері науки і науково-технічного обслуговування?
20. Наведіть основні організаційно-правові форми у сфері надання послуг науки й науково-технічного обслуговування.
21. Надайте характеристики науково-технічного центру, технопарку, технополісу.
22. Що таке бізнес-інкубатор? Які види послуг він надає?
23. Охарактеризуйте венчурні фірми (ризик-фірми), венчурний (ризикований) бізнес.
24. Охарактеризуйте спеціалізовані науково-технічні підрозділи фірм, тимчасові науково-технічні колективи, консультативні й аналітичні групи фірм.

ТЕМА 14. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ

План

14.1 Послуги ресторанного господарства та вимоги до них.

14.2 Особливості організації обслуговування та надання послуг на підприємствах ресторанного господарства різних типів і класів. Фактори, що визначають культуру обслуговування.

14.3 Характеристика методів і форм обслуговування.

14.1 Послуги ресторанного господарства та вимоги до них

Якщо розглядати перспективи розвитку ринку ресторанного господарства, то можна побачити, що дана сфера безпосередньо пов'язана з доходами осіб, що живуть в даному населеному пункті. Клієнт - особа, яка дуже цінною для компаній, що відповідають за громадське харчування, оскільки саме він є основною «годівницею» і джерелом, що дає прибуток. Компаніям важливо постійно піклуватися про залучення нових клієнтів, готувати програму лояльності, забезпечувати стимул для відвідування саме їхнього закладу.

Діяльність підприємств ресторанного господарства полягає у вирішенні як економічних, так і соціальних завдань, спрямованих на задоволення потреби населення в організації внемашного харчування та дозвілля. Як відомо, проблема ефективної організації в умовах ринку діяльності підприємств ресторанного господарства вимагає постійного вдосконалення і оновлення, вироблення відповідної стратегії і тактики управління.

Сфера ресторанного господарства завжди користувалася популярністю у інвесторів. Насамперед це пов'язано з досить швидким поверненням грошових коштів, при цьому розмір інвестицій відносно невеликий. Наукові дослідження в галузі ресторанного господарства в основному орієнтовані на вивчення технології виробництва продукції та організації обслуговування населення на підприємствах галузі. Разом з тим, залишається маловивченими питання оцінки ефективності підприємств ресторанного господарства. Дослідження проблем та

перспектив розвитку ресторанного господарства актуально і в плані розуміння його ролі в соціальному і економічному житті суспільства та визначення основних напрямків розвитку галузі на регіональному рівні.

Основним критерієм, який впливає на ринок харчування, є зміна рівня життя громадян (зміна рівня доходів).

Мережа підприємств харчування, якою користується населення, представлена різними типами: столовими, ресторанами, кафе, закусочними, барами та ін. Необхідність різних типів визначається: різнохарактерністю попиту населення на різні види харчування (сніданки, обіди, вечері, проміжні прийоми їжі, бізнес-ланчі); специфікою обслуговування людей і під час коротких обідніх перерв, і під час відпочинку; необхідністю обслуговування дорослого населення та дітей, здорових і тих, хто потребує лікувальне харчування. Попит на продукцію та послуги масового харчування безперервно змінюється і зростають.

Технологічний процес виробництва кулінарної продукції складається з низки стадій і операцій, які містять прийом і зберігання сировини, а також виробництво готових страв і виробів та їх реалізацію.

Усі технологічні процеси розглядаються в єдності з фізико-хімічними змінами, які протікають в продуктах при їх первинної та теплової обробках.

Якість готової їжі багато в чому залежить від якості сировини. Тому технологія приготування їжі тісно пов'язана з товарознавством харчових продуктів. Вивчення цієї дисципліни необхідно не тільки для оцінки споживчої якості сировини та правильного зберігання, а й для вибору оптимальних способів і режимів обробки продуктів, оцінки поживної цінності готових страв. Не менш важливо для кулінара знання основ фізіології харчування. Більшість продуктів піддається кулінарній обробці, і від того, на скільки вона правильно здійснюється, залежить засвоєння харчових речовин.

Особливого значення набуває знання теорії раціонального харчування в умовах переходу на відпустку комплексних сніданків, обідів, меню яких повинно забезпечити не тільки енергетичну цінність раціону, але і його

кількісний склад за вмістом білків, жирів, вуглеводів, потрібне співвідношення цукрів, крохмалю, клітковини, мінеральних речовин, вітамінів та інших складових частин їжі.

Харчові продукти і готові кулінарні вироби при неправильній обробці, порушенні строків зберігання можуть служити середовищем для розвитку мікроорганізмів, і тому необхідно при приготуванні, зберіганні та реалізації готової їжі суворо дотримуватися встановлені санітарні правила.

При кулінарній обробці продуктів у них відбуваються складні фізичні та хімічні процеси, без знання яких неможливо вибрати раціональні режими обробки, зменшити втрати поживних, ароматичних, смакових речовин і підвищити якість їжі. Підприємства громадського харчування оснащені механічним, холодильним і тепловим устаткуванням з газовим, електричним і паровим обігрівом. У зв'язку з цим технолог повинен знати устаткування підприємств громадського харчування та інші технічні дисципліни. Не менш важливо для технолога знання економіки громадського харчування. Досягти високої продуктивності праці, підвищити культуру обслуговування не можна без знання основ організації громадського харчування.

Ресторанне господарство - вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Підприємства ресторанного господарства виконують три взаємопов'язані функції:

- виробництво кулінарної продукції;
- реалізація кулінарної продукції;
- організація її споживання.

Сферу послуг ресторанного господарства регламентують такі основоположні Закони України:

- "Про туризм" від 15.09.95 р № 324/95-ВР (в редакція від 18.11.2003 р. № 1282 -IV),

- "Про захист прав споживачів" від 15.12. 93 р № 1023- ХП (в редакції від 01.12.2005 р № 3161 -IV),
- "Про безпечність та якість харчових продуктів" від 06.09.2005 р. № 2809 - IV,
- "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підтвердження якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини" від 08.09.2005 р № 2863- ГУ,
- "Про м'ясо та м'ясні продукти" від 22.02.2006 р
- "Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів" від 31.05.2007 р № 1103 -V;
- "Про внутрішню торгівлю",
стандарти:
 - ГОСТ Р 50646-94 Послуги населенню. Терміни та визначення;
 - ГОСТ Р 50647-94 Громадське харчування. Терміни та визначення;
 а також санітарні правила і норми:
 - СНіП 2.08.02-89 Суспільні будинки і споруди;
 - СанПіН № 42-123-4117-86 санітарні правила. Умови, терміни зберігання продуктів, що швидко псуються;
 - СанПіН № 42 - 123-5777-91 санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи и підприємства, що виробляють м'яке морозиво;
 - медико - біологічні вимоги;
 - МБТ N 5061-89 Медико - біологічні вимоги та санітарні норми якості продовольчої сировини і харчових продуктів;
 - Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджені наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002, №219;
 - інші нормативні акти.

Порушення правил торгівлі, виконання робіт та надання послуг працівниками торгівлі, ресторанного господарства та сфери послуг, громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю, - тягном за собою накладення штрафу від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Послуга харчування ресторану - це послуга з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв і виробів складного виготовлення всіх основних груп з різних видів сировини, покупних товарів і винно-горілчаних виробів, надається кваліфікованим виробничим і обслуговуючим персоналом в умовах підвищеного рівня комфорту і матеріально-технічного оснащення в поєднанні з організацією дозвілля.

Послуга харчування бару є послугою з виготовлення та реалізації широкого асортименту напоїв, закусок, кондитерських виробів, покупних товарів, щодо створення умов для їх споживання біля барної стійки або в залі.

Послуга харчування кафе є послугою з виготовлення та реалізації кулінарної продукції та покупних товарів в обмеженому асортименті, порівняно з підприємствами інших типів і в основному нескладного виготовлення, а також щодо створення умов для їх споживання на підприємстві.

Особливість попиту на послуги ресторанного господарства, насамперед, проявляється в об'єкті попиту. У роздрібній торгівлі попит пред'являється на конкретний товар, тому за величиною попиту населення на окремі товари можна судити про його обсяг і структуру. Об'єктом попиту в громадському харчуванні виступає комплекс послуг, що складається з безпосередньо продукції, послуги з реалізації та організації споживання. Взаємозв'язок функцій підприємств ресторанного господарства з комплексом послуг надано на рис.14.1.

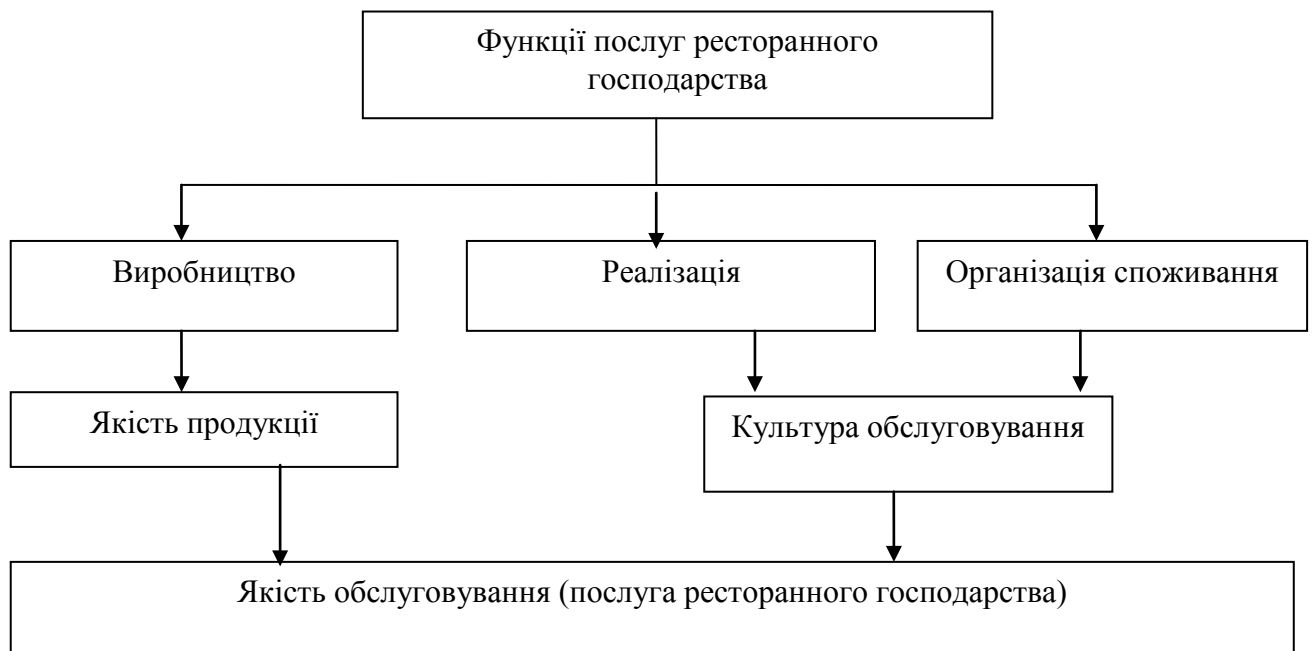


Рис. 14.1. Взаємозв'язок функцій та послуг ресторанного господарства

Заклад ресторанного господарства - організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів.

Технологічний процес закладу ресторанного господарства - сукупність операцій, які забезпечують виробництво кулінарної продукції, булочних і борошняних кондитерських виробів та їх продаж.

Послуга ресторанного господарства - результат діяльності підприємств та громадян-підприємців із задоволення потреб споживача щодо харчування та при проведенні дозвілля.

Процес обслуговування - сукупність операцій, які виконуються службовцем закладу при безпосередньому контакті зі споживачем послуг ресторанного господарства при реалізації кулінарної продукції та організації дозвілля.

Якість послуг повинна задовольняти встановленим або передбачуваним потребам споживачів.

Послуги ресторанного господарства повинні відповідати вимогам безпеки та екологічності, цільовому призначенню і надаватися споживачам в умовах, що відповідають вимогам чинних нормативних документів.

У процесі обслуговування споживачів комплекс послуг повинен відповідати типу підприємства і його класу. При наданні послуг має бути врахована вимога ергономічності, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним, фізіологічним потребам споживачів. Дотримання вимог ергономічності забезпечує комфортність обслуговування.

Запропонована послуга повинна відповідати вимогам естетичності. Естетичність характеризується гармонійністю архітектурно-планувального рішення приміщень підприємства, а також умовами обслуговування, у тому числі зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, сервірівкою столу, оформлення і подачею кулінарної продукції.

Послуги ресторанного господарства мають бути інформативні. Вимога інформативності передбачає повне, достовірне і своєчасне інформування споживача про надані послуги. Своєчасна і достовірна інформація про харчову та енергетичну цінність кулінарної продукції дозволяє споживачеві правильно, з урахуванням вікових особливостей і стану здоров'я, вибрати необхідне блюдо і кулінарний виріб. Вимога інформативності передбачає використання різних видів реклами.

Послуги ресторанного господарства та умови їх надання повинні бути безпечні для життя і здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їх майна і охорону навколишнього середовища. При наданні послуг у підприємствах громадського харчування всіх типів і класів, а також громадянами - підприємцями повинні забезпечуватися наступні вимоги безпеки:

- сировина і продовольчі товари, що використовуються для виробництва кулінарної продукції, а також умови її виробництва, зберігання, реалізації та організації споживання повинні відповідати вимогам відповідної нормативно - технічної документації (Збірник рецептур страв і кулінарних виробів, стандартам СанПіН № 42-123-5777-91 і № 42-123-4117-86), а також санітарно -

гігієнічним, мікробіологічним та медико - біологічними показниками, затвердженими МОЗ України;

- умови при наданні послуг повинні відповідати вимогам чинної нормативної документації за рівнем шуму, вібрацій, освітленості, стану мікроклімату - вимогам СанПіН № 42-123-5777-91, архітектурно - планувальним і конструктивним рішенням, показникам електро -, пожежо - та вибухобезпеки - вимогам СНіП 2.08.02-89; .

- торгівельно - технологічне та холодильне обладнання, посуд, прилади та інвентар, інші предмети матеріально-технічного оснащення повинні бути виготовлені з матеріалів, що дозволені Міністерством охорони України для контакту з харчовими продуктами, і відповідати вимогам СанПіН № 42-123-5777-91, експлуатаційної документації заводів-виробників і нормам технічного оснащення підприємств громадського харчування;

- виробничий і обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку і забезпечувати дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни при виробництві, зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарної продукції.

Обов'язковою умовою є виконання вимоги до екологічності послуг громадського харчування:

- екологічна безпека послуги повинна забезпечуватися дотриманням встановлених вимог охорони навколишнього середовища до території, технічного стану та утримання приміщень, вентиляції, водопостачання, каналізації та інших факторів, згідно СанПіН № 42-123-5777-91, СНіП 2.08.02-89 та положень державних стандартів системи безпеки праці (ССБТ)

- шкідливі впливи на навколишнє середовище не повинні спостерігатися як при виробничому процесі надання послуги, так і при споживанні послуги.

Відносно методів оцінки та контролю якості послуг ресторанного господарства

- оцінку і контроль якості послуг закладів ресторанного господарства, а також громадян - підприємців здійснюють за допомогою аналітичних (фізико -

хімічних, мікробіологічних, медико-біологічних), експертних органолептичних) і соціологічних методів, затверджених у встановленому порядку.

14.2 Особливості організації обслуговування та надання послуг в закладах ресторанного господарства різних типів і класів

Основна послуга ресторанного господарства - послуга харчування. Це послуги з виготовлення кулінарної продукції та створення умов для її реалізації та споживання відповідно до типу та класу підприємства. Вони поділяються на такі:

- послуги харчування в ресторані;
- послуги харчування в барі;
- послуги харчування в кафе;
- послуги харчування в їдальні;
- послуги харчування в закусочній.

Так, наприклад, послуги харчування в ресторані - це послуги з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв і виробів складного виготовлення з різних видів сировини, покупних товарів і винно-горілчаних виробів, а послуга харчування в закусочній - це послуга з виготовлення вузького асортименту кулінарної продукції.

Послуги з організації споживання продукції та обслуговування містять:

- організацію та обслуговування урочистостей, ритуальних заходів;
- організацію харчування та обслуговування учасників конференцій, нарад, культурно-масових заходів і тощо;
- послуга офіціанта, бармена з обслуговування вдома;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів та обслуговування споживачів в офісах і вдома;
- обслуговування споживачів на шляху прямування пасажирського транспорту;
- обслуговування в номерах готелів;
- організацію раціонального комплексного харчування тощо.

У ресторанах, барах велика увага надається послугам з організації дозвілля. Вона містять:

- організацію музичного обслуговування;
- організацію проведення концертів, програм вар'єте;
- надання газет, журналів, настільних ігор, ігрових автоматів, більярду.

Культура обслуговування - один із основних критеріїв в оцінці діяльності працівників закладу ресторанного господарства. До основних факторів, що визначають культуру обслуговування, належать наявність сучасної матеріально-технічної бази, види і характер надаваних послуг, асортимент і якість своєї продукції, впровадження прогресивних форм обслуговування, рівень рекламно-інформаційної роботи, професійну майстерність працівників громадського харчування. Культура обслуговування на високому рівні підвищує конкурентоспроможність підприємства, що дуже важливо при ринкових відносинах.

Послуга з організації споживання також складається з комплексу показників, що характеризують рівень і структуру обслуговування, ступінь комфорту в залі підприємства, є об'єктом аналізу при дослідженні попиту, так як впливає на переваги споживачів.

Для оцінки попиту послуг громадського харчування необхідно використовувати в практиці вивчення систему показників, яка, з одного боку, дозволяє оцінити різні сторони діяльності підприємства, а з іншого - враховує тип підприємства, його спеціалізацію і те, що вони надають послуги з організації споживання. Основну послугу можна аналізувати за наведеними в табл. 14.2 показниками.

Система показників, що характеризують основну послугу ресторанного господарства

Показники	Характеристика показників
1. Продукція	Асортимент: широта; повнота. Якість: смак; зовнішній вигляд (оформлення). Рівень цін
2.Рівень обслуговування	Вежливості, уважності персоналу Швидкості обслуговування Сервірування столу Зовнішній вигляд та якість столового посуду Зовнішній вигляд персоналу
3.Стан торгівельного залу	Рівень комфорту Санітарний стан Естетичне оформлення зали (інтер'єр) Зручність меблів
4. Організація відпочинку	Музичний супровід та його якість Розважальні програми Інші види послуг
5. Місце розташування підприємства та організація його роботи	Ступінь доступності Режим роботи

14.3 Характеристика методів та форм обслуговування

Методи обслуговування споживачів: спосіб реалізації споживачам продукції ресторанного господарства. Розрізняють два методи обслуговування: обслуговування офіціантом, барменом, буфетником і самообслуговування.

Форма обслуговування споживачів: організаційний прийом, який є різновидом або поєднанням методів обслуговування споживачів.

Приклади форм обслуговування: реалізація кулінарної продукції через торгові автомати, столи саморозрахунку, за типом «шведського столу», відпустку скомплектованих обідів.

Види, методів і форми обслуговування на підприємствах залежать від місця прийому їжі, способу її отримання та доставки споживачам, ступеню участі персоналу в обслуговуванні та ін. Вибір найбільш раціональних видів обслуговування сприяє більш повному задоволенню попиту споживачів.

Основними видами обслуговування в закладах ресторанного господарства є:

- реалізація продукції в залах підприємств відкритого типу (ресторанів, барів, їдалень, кафе, закусточних), а також в їдальнях при промислових підприємствах, навчальних закладах;
- обслуговування пасажирів на шляху прямування;
- реалізація кулінарної продукції через магазини (відділи) кулінарії;
- організація обслуговування офіціантом (барменом) на дому.

В закладах ресторанного господарства застосовуються такі методи обслуговування:

- самообслуговування;
- обслуговування офіціантами, барменами;
- комбінований метод.

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті реалізованих страв, для прискорення обслуговування застосовується самообслуговування, у процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальної холодної страви та напої, борошняні кондитерські вироби.

Обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, барах, іноді в кафе, в яких створення комфорту відіграє велику роль, ці підприємства призначені не тільки для виконання послуги харчування, а й для організації відпочинку споживачів.

При комбінованому методі поєднання двох зазначених методів обслуговування. Наприклад, підприємство працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня, кафе), а у вечірній час - обслуговування офіціантами. У таких закладах також повинні створюватися умови для організації відпочинку споживачів.

Залежно від участі персоналу в обслуговуванні розрізняють повне і часткове самообслуговування. При повному самообслуговуванні споживач виконує всі операції, пов'язані з отриманням страв, доставкою їх до обіднього столу і прибиранням посуду.

При частковому самообслуговуванні більшу частину цих операцій виконує персонал підприємства для прискорення обслуговування. Прикладом часткового самообслуговування є попереднє накриття столів в їдальнях при виробничих підприємствах і навчальних закладах, де встановлено єдину обідню перерву і харчування організовано через комплексні сніданки, обіди. При цьому споживачі лише розливають у тарілки перші страви з супниць, заздалегідь виставлених на столи, забирають використаний посуд.

За способом розрахунку зі споживачами розрізняють самообслуговування з попередніми, наступним, безпосереднім розрахунком, оплатою після прийому їжі і саморозрахунком.

При самообслуговуванні з попереднім розрахунком споживачі, ознайомившись з меню, отримують чеки в касі, після чого отримують обрані страви. Такий вид самообслуговування уповільнює процес надання послуги. Значне прискорення при застосуванні цієї форми обслуговування досягаються при відпустці комплексних обідів за заздалегідь придбаними талонами або абонентами.

Самообслуговування з подальшим розрахунком - розрахунок за вибрані страви в кінці роздавальної лінії. Перевагами цієї форми обслуговування є можливість наочного вибору страв споживачами, звільнення роздавальників від розбору чеків, що прискорює процес обслуговування.

Самообслуговування з безпосереднім розрахунком забезпечує одночасність вибору страв, їх отримання та оплати вартості. У цьому випадку відпуск продукції і розрахунок із споживачем проводиться одним працівником. Така форма обслуговування застосовується в буфетах, закусочних, при обслуговуванні через барну стійку в барах.

При самообслуговуванні з оплатою після прийому їжі споживач, вибравши страви та напої, отримує чек у касира наприкінці роздавальної, який оплачує після прийому їжі при виході із залу. Застосування такої форми обслуговування сприяє посиленню контролю за веденням розрахункових операцій. При цьому пропускна спроможність залу збільшується в 1,5 рази порівняно із самообслуговуванням з попередньою оплатою. Самообслуговування за системою саморозрахунку застосовується на підприємствах з постійним контингентом, що харчуються. Споживачі самостійно вибирають страви і розраховуються, опускаючи гроші в скарбничку. Біля кожного виду продукції знаходиться цінник.

Обов'язкова сертифікація послуг ресторанного господарства ліквідована.

Добровільна сертифікація послуг ресторанного господарства в Системі УкрСЕПРО здійснюється відповідно з вимогами, що не віднесені актами законодавства та нормативними документами до обов'язкових або інших документів, які узгоджені між ОС ПХ та заявником. При цьому сертифікація на відповідність усім обов'язковим вимогам виконується неодмінно. Харчова продукція, сировина, напівфабрикати вітчизняного та імпортного виробництва, які використовуються в процесі надання послуг громадського харчування та підлягають обов'язковій сертифікації в Україні, повинні мати сертифікат відповідності.

Питання для самоперевірки

1. Надайте характеристику послуг ресторанного господарства.
2. Які взаємопов'язані функції виконують заклади ресторанного господарства?
3. Які особливості організації обслуговування та надання послуг в закладах ресторанного господарства різних типів і класів.
4. Наведіть фактори, що визначають культуру обслуговування
5. Охарактеризуйте методи та форми обслуговування
6. Надайте вимоги до сертифікації послуг ресторанного господарства

ТЕМА 15. ІНЖИНІРИНГОВІ ПОСЛУГИ

План

- 15.1 Стан ринку інжинірингових послуг в Україні
- 15.2. Характеристика законодавчої та нормативної бази щодо надання інжинірингових послуг
- 15.3. Вимоги до системи менеджменту якості згідно з міжнародними стандартами ISO серії 9000
- 15.4. Основні етапи створення, впровадження та сертифікації системи менеджменту якості
- 15.5. Оцінювання якості надання інжинірингових послуг

15.1 Стан ринку інжинірингових послуг в Україні

Одним із поширених видів послуг на міжнародних ринках є інжиніринг (англ. engineering, від лат. ingenium - винахідливість; вигадка; знання) — інженерно-технічні та консультативні послуги щодо створення об'єктів промисловості, виробничої та соціальної інфраструктур. Ці послуги містять комплекс робіт, який містить передпроектні, техніко-економічні дослідження та обґрунтування, лабораторні або експериментальні дороблення технології чи прототипу, розроблення детальних структур проекту, технологічне супроводження в процесі освоєння технології чи обладнання, консультування в процесі реалізації проекту тощо.

Податковим кодексом України (ст. 14.1.85) надається поняття «інжиніринг» - надання послуг (виконання робіт) із складення технічних завдань, проектних пропозицій, проведення наукових досліджень і техніко-економічних обстежень, виконання передпроектних, проектних, інженерно-вишукувальних, інженерно-розвідувальних робіт (послуг) з будівництва об'єктів, розроблення технічної документації, проектування та конструкторського опрацювання об'єктів техніки і технології, надання консультації та авторського нагляду під час монтажних та

пусконалагоджувальних робіт, а також надання консультацій економічного, фінансового або іншого характеру, у складі таких послуг (робіт).

Інжиніринг як професійна діяльність практично склався у XVIII столітті, коли з'явилися перші професійні Асоціації та Школи інженерного мистецтва. Успіхи в комерціалізації результатів праці інженерів послужили подальшим поштовхом для розвитку інжинірингових послуг.

Досить істотний розвиток інжиніринг отримав після Другої світової війни, коли стали здійснюватись великі проекти відновлення та модернізації промисловості в Європі, а пізніше почалася масштабна індустріалізація країн, що розвиваються. Саме в цей період виникла нова потреба в інжинірингових послугах та проектах, що виконуються на умовах "під ключ", і, зокрема, необхідність не тільки побудувати промисловий об'єкт, а й посприяти замовнику в освоєнні переданих технологій та підготовці національних кадрів. Внаслідок цього послуги в галузі інжинірингу стали все більш різноманітними, виникли передумови для становлення і розвитку національних і міжнародних ринків інжинірингових послуг.

З подальшим розвитком інжинірингу знадобилося систематизувати його види та уніфікувати послуги на міжнародному рівні. У 1981 році Американське Товариство інженерів цивільного будівництва (ASCE) випустило "Керівництво з використання послуг інженерів", в якому розглянута практика інженерного консультування, показана процедура вибору інженера, дана *кваліфікація інжинірингових послуг*, що містить наступні групи:

- попередні техніко-економічні дослідження і економічні порівняння. Ці послуги можуть передувати затвердженню проекту і включати аналіз умов і порівняння декількох можливих варіантів, зокрема вплив об'єкта на навколишнє середовище, експлуатаційні витрати, фінансові міркування і очікуваний дохід, як основу для висновків і рекомендацій про доцільність спорудження об'єкта;

- вивчення планування, тобто створення генпланів для довгострокових програм економічного розвитку регіонів і міст, дослідження навколишніх умов;

- сприяння у фінансових питаннях, включаючи рекомендації щодо залучення джерел фінансування;
- управління будівництвом - застосування методів і прийомів управління і прийняття рішень на різних стадіях будівництва;
- інспектування та випробування обладнання і матеріалів на заводах-виробниках, а також випробування матеріалів фірм-підрядників (на місці будівництва) для спорудження об'єкта;
- експлуатаційні витрати.

Інжиніринг практично завжди ставить за мету вирішення конкретної задачі або сукупності завдань, але в кожному разі інжиніринг - це творчий процес аналізу, синтезу, моделювання, взаємозв'язків різних ідей і концепцій з метою створення нового оптимального рішення. Хоча проблеми, які вирішуються за допомогою інжинірингу, розрізняються за масштабом складності та предметної діяльності, для їх вирішення застосовується один і той же системний підхід.

У розвинутих країнах налічується багато тисяч фірм і організацій, що надають інженерно-технічні послуги. Деякі з них мають дуже вузьку спеціалізацію, обмежуючись консультаціями з приватних питань. Нерідко така фірма представлена одним експертом в будь-якій певній сфері, і вся його діяльність зводиться лише до консультування. У той же час для США характерні фірми-гіганти, що виконують роботи типу будівельного інжинірингу і беруть на себе всі функції зі створення відповідних об'єктів. Взагалі, у США зареєстровано понад 25 тис. фірм різного профілю й обсягу діяльності; у країнах Європейського Союзу - близько 10 тис., причому найбільша кількість знаходиться в Німеччині, Австрії, де ринок представлений дрібними й середніми компаніями, а найбільші - у Великій Британії, Швеції, Фінляндії, Нідерландах.

У міжнародній практиці визначилися *дві категорії фірм*, що виконують роботи типу інжиніринг (рис. 15.1).



Рис.15.1. Види інжинірингових фірм

Спеціалізовані інжинірингові фірми залежно від виду послуг, що надаються поділяться, у свою чергу, на дві групи: інженерно-консультаційні та інженерно-будівельні. Інженерно-консультаційні фірми надають технічні послуги у формі консультацій. Вони самі не займаються ні виробництвом, ні будівництвом. Сфера діяльності спеціалізованих інжинірингових фірм широка: цивільне будівництво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, шахти, міське будівництво); промислові об'єкти, що використовують специфічні технологічні процеси.

Інженерно-будівельні фірми надають, зазвичай, повний комплекс інженерно-технічних послуг, включаючи проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налагодження та пуск обладнання в експлуатацію. Ці фірми досить часто беруть на себе функції генерального підрядника об'єкта, залучаючи в якості субпостачальників як машинобудівні так і будівельні компанії. Крім проектування цивільних об'єктів, інженерно-будівельні фірми

спеціалізуються в області розробки промислових об'єктів, і насамперед заснованих на використанні специфічних технологічних процесів.

Спеціалізовані інжинірингові фірми залежно від характеру господарських зв'язків, що ними здійснюються діляться на незалежні й родинні промислові компанії. Незалежні спеціалізовані фірми не мають родинних відносин з промисловими компаніями і в господарському відношенні самостійні. Однак на практиці більшість із них тісно пов'язані з однією або декількома великими промисловими компаніями, їх філіями чи агентами і діють в їхніх інтересах. Спеціалізовані родинні інжинірингові фірми - це філії або дочірні компанії великих генеральних підрядників, що займаються інжиніринговою діяльністю як основною.

Спеціалізовані інжинірингові компанії, як правило, залучаються:

- замовниками, інвесторами - на ранній стадії проекту для опрацювання концепції проекту, розробки техніко-економічних обґрунтувань;

- замовниками - в якості інженера проекту, що може включати розробку тендерної документації, вибір підрядників і постачальників і управління проектом;

- замовниками, інвесторами, фінансовими інститутами, підрядниками - в якості незалежних експертів або технічних аудиторів;

- замовниками, інженером проекту, підрядниками - для виконання конкретних видів проектно-вишукувальних робіт (наприклад, вишукувань, детального інжинірингу тощо);

- замовниками, інженером проекту, підрядниками - для організації закупівельної логістики (поставок технологічного обладнання та технологічних матеріалів).

Промислові фірми належать до другої категорії фірм, що виконують роботи типу інжинірингу. Їх зазвичай підрозділяють на компанії-проектувальники і компанії-виробники обладнання для певних галузей промисловості. Компанії-проектувальники, прагнучи зберегти секрети виробництва, виконують технологічне проектування з метою розширення

або створення нового виробництва на основі власних патентів і ноу-хау, а підрядники залучаються для виконання інших інженерно-консультаційних робіт, здійснюючи контроль за цими роботами. Для компаній-виробників обладнання для виконання робіт типу інжиніринг є засобом збільшення продажів основної продукції.

Критерії вибору інжинірингового підрядника з часом змінювались (табл.15.1).

Таблиця 15.1

Еволюція вимог до виконавця інжинірингових підрядних робіт

Критерії вибору інжинірингового підрядника	
Традиційні (середина ХХ ст.)	Сучасні
Якість виконання проекту	Ділова культура та репутація
Ціна	Якість проведених робіт
Умови оплати	Участь у фінансуванні
Надійність виконавця	Забезпечення безпеки
	Охорона навколишнього середовища

Завданням інжинірингу є одержання замовниками найкращого результату від вкладення капіталу за рахунок:

- системного, міждисциплінарного підходу до здійснення проектів;
- багатоваріантності технічних і економічних розробок, їхньої фінансової оцінки вибору оптимального варіанта для замовника;
- розробки проектів з урахуванням можливості застосування прогресивних будівельних і виробничих технологій, устаткування, конструкцій і матеріалів з різних альтернативних джерел, що якнайкраще відповідають конкретним умовам і особливим вимогам замовників;
- використання сучасних методів організації і керування всіма стадіями виконання проектів.

Об'єктом ринку інжинірингових послуг сьогодні є сукупність інжинірингових послуг, які утворюють групи, зображені на рис. 15.2.

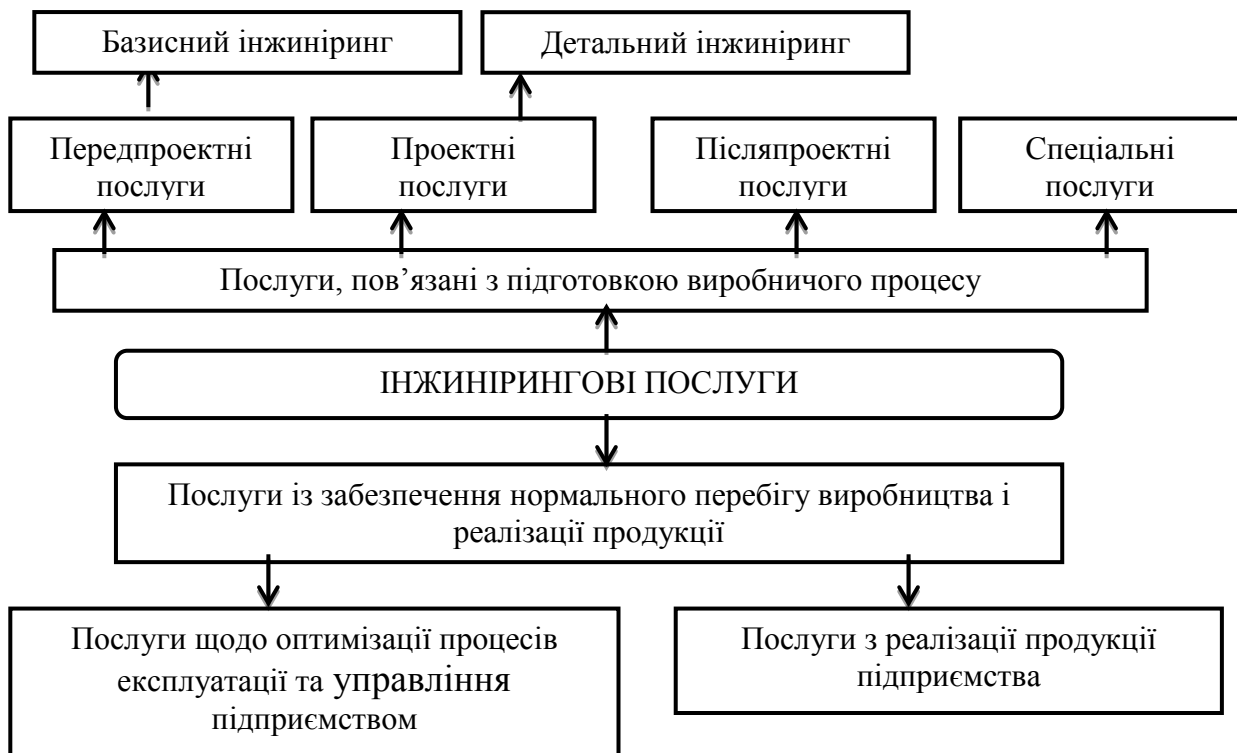


Рис. 15.2 Структура інжинірингових послуг

Ринок інжинірингових послуг як складова частина ринку міжнародних послуг, має явно виражену тенденцію до динамізму й розширення. Про це свідчать не тільки статистичні дані останніх років, але й зростаючий попит на інжинірингові послуги, які мають наступні переваги:

- гнучкість організаційної структури;
- скорочення термінів виконання робіт і виробничих витрат;
- легка адаптація структури й технологій під проблему, що вирішується;
- привабливість для замовників перспективи консолідації в одних руках необхідного набору послуг, пов'язаних із здійсненням проектного менеджменту, котрий легше реалізується із системою інжинірингу;
- широкі можливості залучення кваліфікованих фахівців на договірній основі;

- поява реальних передумов для переходу до ефективного професіонального управління у зв'язку із зосередженням в руках інжинірингової компанії технічної і вартісної інформації щодо проекту;
- зниження інвестиційних й інших ризиків для компанії, яка використовує систему інжинірингу;
- підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному та іноземному ринках у зв'язку з визнанням діловим світом ефективності використання інжинірингу.

Порівняно з розвинутими країнами, в яких становлення інжинірингу почалося ще в середині XIX ст., в Україні даний вид діяльності тільки зароджується і зводиться переважно до послуг, пов'язаних з підготовкою будівельного процесу.

Сьогодні український ринок інжинірингових послуг представлений або проектним інститутом, який зберігся з радянських часів, або створеними в останнє десятиліття інжиніринговими фірмами. Хоча проектні інститути переживають сьогодні певне відродження, їхній потенціал складають досвідчені фахівці передпенсійного віку та молодь після інституту. Відсутність середнього покоління є суттєвим фактором, що стримує розвиток таких організацій. Спеціалізовані інжинірингові фірми більш пристосовані для виробництва послуг зазначеного типу. Вітчизняний ринок інжинірингових послуг розвивається, в основному, за допомогою залучення іноземного капіталу. В Україні функціонує чимало вже відомих компаній, діяльність яких прямо чи опосередковано пов'язана з наданням інжинірингових послуг як на території України, так і за її межами.

Однак розвиток ринку інжинірингових послуг в Україні характеризується наявністю багатьох **системних проблем**, найважливішими серед яких є: дефіцит кваліфікованих кадрів, неякісне виконання робіт, застаріла нормативна база, недосконала система визначення вартості проектних робіт, корупційні явища на стадії погодження та експертизи документації, низький рівень автоматизації проектних робіт.

Згідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України (КМУ) «Про схвалення Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері» за останні роки спостерігається значне відставання національної економіки від економіки розвинутих держав світу за рівнем технологічного розвитку та продуктивністю виробництва. Більшість підприємств залишаються технологічно відсталими, енергоємними, а також не провадять інноваційної діяльності.

Результати дослідження стану інноваційної сфери свідчать про відсутність послідовного та системного підходу до її розвитку, низьку ефективність механізму стимулювання суб'єктів господарювання до провадження інноваційної діяльності.

Нерозвиненість *інноваційної інфраструктури*, яка згідно з Концепцією розвитку національної інноваційної системи, схваленою розпорядженням КМУ, складається з виробничо-технологічної, фінансової, інформаційно-аналітичної та експертно-консалтингової складової, а також технополісів, технологічних та наукових парків, інноваційних центрів та центрів трансферу технологій, бізнес-інкубаторів та інноваційних структур інших типів; інформаційних мереж науково-технічної інформації, експертно-консалтингових та *інжинірингових фірм*, державних та приватних інвесторів тощо як однієї з підсистем національної інноваційної системи, гальмує розвиток інших підсистем, зокрема підсистем освіти, генерації знань, виробництва.

Причинами виникнення проблеми є:

- невизначеність засад державної політики в інноваційній сфері щодо функціонування ринку інновацій та технологій, формування інноваційної культури;

- відсутність системного підходу щодо визначення пріоритетів державної політики в інноваційній сфері, державного замовлення на інноваційну продукцію;

- суб'єктивний підхід до забезпечення розвитку інноваційної діяльності, нехтування принципом наукового обґрунтування стратегічних рішень щодо розвитку національної економіки;

- недосконалість законодавства в інноваційній сфері, відсутність механізму стимулювання до створення, виробництва та споживання інноваційної продукції і внаслідок цього - низька привабливість інноваційної сфери для венчурного капіталу, низький рівень комерціалізації науково-технічних розробок та винаходів;

- низька ефективність фінансових інструментів та механізму, а також виконання державних програм та здійснення заходів у інноваційній сфері, функціонування державних та приватних об'єктів інноваційної інфраструктури;

- нескоординованість інвестиційної та інноваційної державної політики, розпорошеність відповідних фінансових ресурсів, недосконалість статистичних методів проведення оцінки стану провадження інноваційної діяльності;

- невизначеність принципів та механізму державно-приватного партнерства в інноваційній сфері, засад створення та функціонування технологічних платформ (об'єднання органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, наукових і виробничих організацій та установ для розв'язання проблем певної галузі);

- низький рівень впровадження інноваційної діяльності підприємств незалежно від форми власності;

- відсутність ефективного механізму розподілу результатів інтелектуальної праці між винахідником, юридичною особою та державою;

- низький рівень міжнародного співробітництва в інноваційній сфері.

Недосконалість системи державного регулювання в інноваційній сфері призводить до зниження темпів інноваційного розвитку, високої ресурсоемності національної економіки, низької якості продукції та послуг, неконкурентоспроможності вітчизняних підприємств, а також неефективного використання коштів, у тому числі державного та місцевих бюджетів, що виділяються для здійснення заходів у інноваційній сфері.

У нашій країні поки ще не створена система персонального ліцензування спеціалістів, яка практикується у всьому світі. У подальшій перспективі в Україні, як і у розвинутих країнах, повинна удосконалюватися система навчання фахівців відповідно до нових напрямків у діяльності інжинірингових фірм. Серйозна увага повинна приділятися підготовці фахівців щодо впровадження інновацій. Вони повинні вміти швидко адаптуватися до умов економіки й кон'юнктури будівельного ринку, що невинно змінюються.

У той же час, за останні 1–2 роки в бізнес-середовищі зростає популярність на створення інжинірингових напрямків інноваційного розвитку бізнесу. Однак в першу чергу слід здійснити аналіз організаційних ініціатив за участі західних інжинірингових компаній, розуміючи, що розвиток будь-якої української компанії в сучасну інжинірингову бізнес-модель, технічно можливо, однак наразі вкрай важко.

Проте, досягнення суттєвих зрушень у використанні інжинірингу для ефективного розвитку серед більш широкого кола підприємств найближчим часом представляється проблематичним.

Причиною тому є, у першу чергу, відсутність серйозного досвіду здійснення техніко-економічної співпраці із закордонними контрагентами і використання підприємствами інжинірингу з метою ефективного розвитку. Коріння цієї проблеми відходять у минуле і пов'язані з орієнтацією науково-дослідницьких і промислових підприємств на виконання державних замовлень і відсутністю можливості самостійного визначення напрямку розвитку. У зв'язку з тим, що методологічні розробки в цій сфері практично відсутні, підприємство стикається з різними труднощами в ході модернізації в рамках техніко-економічного та міжнародного інжинірингу. Насамперед, це пов'язано з необхідністю докорінної модернізації й переосмислення комплексної підготовки виробництва. Окрім цього, промислові підприємства стикаються з проблемами опрацювання, підготовки й підписання контрактів на виконання операцій з міжнародного інжинірингу, розрахунку вартості інжинірингових послуг.

Перелік та сфера діяльності деяких найбільших вітчизняних інжинірингових компаній відображено в таблиці 15.2.

Таблиця 15.2

Найбільші інжинірингові компанії України

№ з/п	Назва компанії	Сфера діяльності
1.	CONCORD COKE ENGINEERING м. Дніпропетровськ, Україна	Основною діяльністю групи є комплексне ведення будівництва та реконструкції об'єктів коксохімічного виробництва, а також реалізація ЕРС-контрактів і виконання функцій генерального підрядника
2.	«Фінансово-промислова група «АЛЬТКОМ»	Виконує функції генерального підрядника з будівництва аеровокзальних комплексів
3.	Компанія «С-інжиніринг»	Є ЕРС-контрактором у сфері будівництва об'єктів енергетики та промисловості «під ключ».
4.	Державне підприємство «Український науково-технічний центр металургійної промисловості «Енергосталь»	Від розробки новітніх технічних рішень до поставки та впровадження першокласних технологій та обладнання «під ключ»; багатoproфільна спеціалізація, потужний науково-технічний і виробничий потенціал тощо
5.	ДП «ГІПРОКОКС»	Головна організація в галузі, що здійснює єдину технічну політику в коксохімічній промисловості України, що розробляє концепцію її розвитку, виконує науково-дослідні, проектно-конструкторські роботи тощо
6.	ENCE GmbH (Швейцарія) Представництво в м. Києві	Діяльність в областях нафтогазової, нафтохімічної, металургійної та рудозбагачувальної промисловостей, машинобудування та енергетики
7.	ІК RBP Україна	Розробка, узгодження та впровадження проектів нового будівництва та реконструкції будівель і споруд адміністративного, виробничого та побутового призначення з урахуванням сучасних норм енергозбереження.

У зв'язку зі структурною перебудовою економіки «інжиніринг» став у даний час найбільш диверсифікованою і «ризиковою» сферою діяльності, тому подальше підвищення кваліфікації персоналу й новаторський підхід стають найважливішими елементами стратегії інжинірингових фірм.

Розглядаючи ситуацію на ринку інжинірингових послуг в Україні, об'єктивно можна виділити дві основні причини невдач в розвитку сучасного інжинірингу у промисловості:

- 1) недостатня затребуваність комплексних послуг інжинірингу в Україні;
- 2) помилковість у способах реалізації ініціатив.

Почнемо аналіз з першої очевидної причини. У розвитку ринку інновацій та інвестицій у промисловому виробництві України можна виділити три етапи:

Етап 1. Відсутність інвестицій. Втрата зв'язку між технічними спеціалістами, носіями інжинірингової інформації, з бізнес-процесами.

Етап 2. Початкова інвестиційна активність. Має циклічний характер. Недостатній рівень внутрішньої інвестиційної активності всередині країни.

Етап 3. Активний попит на комплексні інжинірингові послуги на промисловому ринку.

Зараз Україна знаходиться на другому етапі розвитку інжинірингового бізнесу. Деякі галузі, такі як енергетична, цивільне будівництво вже частково перемістилися на третій етап, однак наразі і в цих галузях суттєве зменшення інвестицій.

Відсутність розвитку промислового інжинірингу, який притаманний розвинутим країнам, все більше створює умови для пошуку інжиніринговими компаніями іноземних контрагентів.

На прикладі західних інжинірингових компаній українські власники і топ-менеджери спостерігали суттєві стратегічні вигоди інжинірингу. Вони підходили до його організації з позиції стандартної процедури початку нового проекту, але суттєва віддаленість у часі результатів інжинірингу віддаляла сам факт отримання вигід та ставила власників перед вибором: самостійний розвиток як малого бізнесу з ризиком назавжди залишитися маленьким підприємством, або стати додатком інвестора і знаходити з ним компромісні рішення щодо подальшого розвитку. Обидва варіанти не були на 100% прийнятними для розвитку інжинірингу.

У зв'язку з відсутністю чіткого організаційного плану при впровадженні інжинірингу, не наділялося достатньої уваги перехідному періоду. На цьому етапі має бути передбачено забезпечення захисту прав на результати

інтелектуальної праці, розвиток малого науково-інноваційного підприємництва, тобто сприятливих економічних, правових, організаційних та інших умов для виникнення нових фірм, зайнятих створенням і комерціалізацією науково-технічних нововведень. Необхідно створити відповідний рівень стандартизації, метрології та сертифікації, ефективної патентної системи, що забезпечує захист прав на результати інтелектуальної праці та впровадження різного роду регуляторів: пільгове оподаткування в науковій сфері, субсидування, пільгове довгострокове кредитування розробників і споживачів науково-технічної продукції, збільшення витрат на НДДКР, стимулювання праці наукових працівників, проведення підготовки кадрів.

Менш розвиненим щодо цього країнам, у складі яких знаходиться України, потрібні широкі зв'язки із зовнішнім світом, науково-технічна спеціалізація, участь у світовому розподілі праці, ефективне використання зарубіжного науково-технічного досвіду.

Необхідно налагодити ефективний міжгалузевий обмін інноваціями всередині виробничого комплексу України та брати до уваги той факт, що саме такий обмін забезпечує більше 60% прикладних реалізованих технологій у розвинених країнах світу. Необхідність відслідковувати світову науково-технічну думку, впроваджувати тенденції у галузі новітніх технологій, передбачати як близькі, так і більш віддалені тенденції в інноваційному процесі – це, в першу чергу, справа самих виробників, ближчих до своєї сфери діяльності, ніж держави. Однак більшість дрібних і середніх підприємств зробити це не в змозі, тому завданням держави є моніторинг і прогнозування НТП, щоб сприяти вибору правильного інноваційного курсу.

15.2 Характеристика законодавчої та нормативної бази щодо надання інжинірингових послуг

Інжинірингові послуги в Україні надаються відповідно до нижчезазначених законодавчих та нормативно-правових актів.

Загальні положення про юридичну особу, в нашому випадку - інжинірингову компанію, наводяться у Підрозділу 2 *Цивільного кодексу України*.

Термін «інжиніринг» наводиться в ст. 14.1.85 *Податкового кодексу України*. Нормами зазначеного кодексу також передбачені певні обмеження щодо включення до складу податкових витрат, понесених на придбання послуг з інжинірингу у нерезидентів (ст. 139.1.14 - 139.1.15).

Закон України «Про архітектурну діяльність» в ст. 1 надає визначення інжинірингової діяльності у сфері будівництва (інжиніринг) - це діяльність з надання послуг інженерного та технічного характеру, до яких належать проведення попередніх техніко-економічних обґрунтувань і досліджень, експертизи проекту, розробка програм фінансування будівництва, організація виготовлення проектної документації, проведення конкурсів і торгів, укладання договорів підряду, координація діяльності всіх учасників будівництва, а також здійснення технічного нагляду за будівництвом об'єкта архітектури та консультації економічного, фінансового або іншого характеру.

Інжинірингова діяльність у сфері будівництва згідно з *Постановою КМУ "Деякі питання професійної атестації відповідальних виконавців окремих видів робіт (послуг), пов'язаних із створенням об'єктів архітектури"* повинна проводитися відповідальним виконавцем, що пройшов професійну атестацію та отримав кваліфікаційний сертифікат. Господарська діяльність у будівництві, пов'язана із створенням об'єктів архітектури, в тому числі інжинірингова діяльність у сфері будівництва, підлягає **ліцензуванню** у порядку, визначеному законодавством (ст 1.2. *Наказу Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України "Про внесення змін до Ліцензійних умов провадження*

господарської діяльності у будівництві, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури"). Будівельна ліцензія передбачає проходження спеціальної ліцензійної комісії і наступне прийняття позитивного рішення. Будівельна компанія, що недавно була зареєстрована, не може розраховувати на отримання ліцензій щодо великого переліку видів робіт. Після отримання ліцензії на певні роботи організація має можливість, почавши роботу, поступово доповнювати даний перелік. Це можливо зробити не раніше ніж через 3-4 місяці.

Відповідно до *Постанови КМУ «Про перелік окремих видів проектних та будівельно-монтажних робіт, інженерних вишукувань для будівництва, надання інжинірингових та інших послуг, які потребують відповідної атестації виконавця»* до переліку інжинірингових робіт і послуг у будівництві відносяться функції генерального розробника, підрядчика, обстеження будівель, споруд і мереж (ст. 4), а проектними роботами вважаються розроблення містобудівної документації; архітектурне проектування; будівельне проектування та конструювання; проектування інженерних мереж і систем; розроблення спеціальних розділів проектів та технологічне проектування (ст. 2).

Діяльність інжинірингових підприємств здійснюється за різними напрямками (будівництво, промисловість, транспортна сфера тощо), тому вона регулюється Законами України, Постановами КМУ, Наказами Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Наказами Міністерства палива та енергетики України, Постановами Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики України (НКРЕ), а також низкою наступних нормативно-правових документів:

- Державний стандарт України (ДСТУ) Б А.2.4-4:2009 Основні вимоги до проектної та робочої документації. Стандарт установлює основні вимоги до проектної та робочої документації на будівництво, реконструкцію, модернізацію та ліквідацію будівель і споруд різного призначення. Загальні правила виконання графічної та текстової документації, встановлені у розділі 5,

6 та 10 даного стандарту, поширюються також на звітну технічну документацію з інженерних досліджень для будівництва.

-ДСТУ-Н Б В. 1.2-16:2013 Система забезпечення надійності та безпечності будівельних об'єктів. Визначення та використання класу наслідків (відповідальності) об'єктів будівництва. Цей стандарт установлює вимоги та рекомендації щодо визначення класу наслідків (відповідальності) та категорії складності об'єктів будівництва. Стандарт призначено для застосування замовниками та проектувальниками; розробниками будівельних норм та стандартів; експертними організаціями; центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного архітектурно-будівельного контролю.

-ДСТУ 3273-95. Безпечність промислових підприємств. Загальні положення та вимоги. Цей стандарт установлює загальні положення та вимоги до нормування та забезпечення безпечності промислових, зокрема агропромислових підприємств усіх видів, а також інших виробничих комплексів, зорієнтованих на випуск, збереження та переміщення товарів чи надання послуг, що діють, модернізуються (реконструюються, розширюються, технічно переоснащуються) чи будуються.

Цей стандарт рекомендується використовувати під час розробки: техніко-економічного обґрунтування (ТЕО), техніко-економічних розрахунків (ТЕР) та проектної документації окремих підприємств, їхніх груп, вузлів та районів, а також територіальних комплексних схем охорони природи і екологічних обґрунтувань урбанізованих, сільських, рекреаційних та інших видів територій.

-ДСТУ Б В.2.5-38:2008 Улаштування блискавкозахисту будівель і споруд. Вимоги цього стандарту розповсюджуються на проектування, будівництво, реконструкцію і експлуатацію блискавкозахисту всіх видів будівель, споруд і промислових комунікацій незалежно від відомчої належності та форми власності. У даному стандарті за вихідне прийнято положення, що будь-який його пристрій не може запобігти розвитку блискавки, а застосування

наведених вимог при виборі захисту від блискавки істотно знижує ризик від її удару.

Тип і розміщення пристроїв блискавкозахисту приймаються на стадії проектування нового об'єкта, щоб мати нагоду максимально використовувати провідні елементи останнього. Це полегшить розробку і виконання пристроїв блискавкозахисту, суміщених з самою будівлею, дозволить поліпшити її естетичний вигляд, підвищити ефективність блискавкозахисту, мінімізувати його вартість і трудовитрати.

- ***Правила улаштування електроустановок (ПУЕ).*** ПУЕ поширюються на електроустановки (сукупність машин, апаратів, ліній і допоміжного устаткування разом зі спорудами і приміщеннями, в яких вони встановлені, призначених для виробництва, перетворення, трансформації, передання, розподілу електричної енергії, а також перетворення її в інший вид енергії) до 500 кВ, що споруджуються чи реконструюються, зокрема на спеціальні електроустановки. ПУЕ встановлюють загальні вимоги до будови електроустановок, передачі електроенергії, захисту і автоматики, розподільчих пристроїв і підстанцій, електричного освітлення та до електрообладнання спеціальних установок.

- ***Державні будівельні норми (ДБН) А.2.2-3:2014 Склад, порядок розроблення, погодження та затвердження проектної документації для будівництва.*** Ці норми встановлюють склад та зміст проектної документації на нове будівництво, реконструкцію, капітальний ремонт та технічне переоснащення будинків, будівель, споруд будь-якого призначення, їх комплексів, лінійних об'єктів інженерно-транспортної інфраструктури.

- ***ДБН А.3.1-5-2009 Організація будівельного виробництва.*** Ці норми встановлюють загальні вимоги до організації будівельного виробництва під час нового будівництва, реконструкції існуючих будівель і споруд, технічного переоснащення діючих підприємств об'єктів будь-якого призначення. Цих вимог повинні дотримуватись усі учасники будівництва, незалежно від форм власності і відомчої належності.

- **ДБН В.2.5-23:2010** *Проектування електрообладнання об'єктів цивільного призначення.* Ці норми поширюються на проектування електропостачання, електричного освітлення і силового електрообладнання нових та існуючих житлових будинків і тих, що підлягають реконструкції та капітальному ремонту, адміністративних і побутових будинків, приміщень підприємств, громадських будинків і споруд. Захисні заходи електробезпеки слід передбачати згідно з ДБН В.2.5-27 «Захисні заходи електробезпеки в електроустановках будинків і споруд», главою 1.7 ПУЕ «Заземлення і захисні заходи електробезпеки». Вимоги цих норм є обов'язковими для юридичних та фізичних осіб - суб'єктів інвестиційної діяльності на території України незалежно від форм власності та відомчої належності.

- **ДБН В.2.5-28-2006.** *Природне і штучне освітлення.* Вимоги цих норм поширюються на проектування освітлення територій, приміщень нових, існуючих, та тих, що підлягають реконструкції, будівель і споруд різного призначення, місць виконання робіт на відкритих просторах, територій промислових та сільськогосподарських підприємств, залізничних колій площ підприємств, зовнішнього освітлення міст, поселень та сільських населених пунктів. Проектування пристроїв місцевого освітлення, які постачаються комплектно зі станками, машинами і виробничими меблями, слід також виконувати відповідно до цих норм. На базі цих норм розробляються галузеві норми освітлення, які враховують специфічні особливості технологічного процесу і будівельних рішень споруд, які погоджуються і затверджуються відповідно до чинного порядку.

- **ДБН В.2.4-17-2000.** *Електромонтажні роботи.* Дані норми містять вимоги до демонтажу електропроводки, установки вимикачів, перемикачів, штепсельних розеток, монтажу ввідно-розподільчих пристроїв, установки щитків освітлювальних в готовій ніші або на стіні, установки трансформаторів знижувальних та електролічильників побутових, демонтажу проводів, труб, кабелю, освітлювальних приладів, прокладки проводів, монтажу труб для електропроводки, затягування проводу в труби, прокладки кабелю, монтажу

світильників для ламп розжарювання, світильників для люмінесцентних ламп, установки електричних плит, вентиляторів у квартирах (витяжка), дзвінків електричних з кнопкою, електросушилок. Ці норми містять витрати ресурсів на виконання робіт по демонтажу та монтажу електричного освітлення і силових проводок в житлових і громадських будівлях незалежно від матеріалів стін, перекриттів і перегородок.

- ДБН А.3.2-2-2009 Охорона праці та промислова безпека у будівництві.

Ці норми поширюються на загальнобудівельні і спеціальні будівельні роботи під час нового будівництва, розширення, реконструкції, технічного переоснащення, капітального ремонту, реставрації будівель та споруд. Вони визначають вимоги з охорони праці та промислової безпеки, а також вимоги з безпеки праці та виробничого середовища у сфері будівництва, охорони довкілля під час виконання будівельно-монтажних робіт. При зведенні будівельних об'єктів повинні бути вжиті заходи для запобігання впливу на працівників та населення, яке перебуває на прилеглій до будівельного об'єкта території, небезпечних і шкідливих виробничих факторів. За можливості впливу таких факторів необхідно розробити та реалізувати заходи відповідно до вимог цих норм, інших нормативних документів, нормативно-правових актів.

- ДБН В.1.1-7-2002 Пожежна безпека об'єктів будівництва. Ці норми встановлюють пожежно-технічну класифікацію будівельних матеріалів, конструкцій, протипожежних перешкод, зовнішніх пожежних драбин, сходів та сходових кліток, будинків і споруд, приміщень, а також загальні вимоги щодо забезпечення безпеки людей у разі виникнення пожежі, пожежної безпеки конструктивних та об'ємно-планувальних рішень, обладнання будинків, приміщень інженерно-технічними засобами захисту від пожежі. Норми поширюються на нове будівництво, розширення, реконструкцію, технічне переоснащення, реставрацію, капітальний ремонт будинків і приміщень різного призначення.

- ДБН В.1.2-14-2009 Загальні принципи забезпечення надійності та конструктивної безпеки будівель, споруд, будівельних конструкцій та основ.

Дані норми поширюються на будівельні об'єкти різного призначення, складові частини об'єктів, їх основи та конструкції з різних матеріалів. Вони встановлюють загальні принципи забезпечення надійності та конструктивної безпеки будівель і споруд, будівельних конструкцій та основ за рахунок регулювання надійності їх складових частин. Вони призначені для застосування в якості керівного документу при розробленні будівельних норм, стандартів і інших документів (технічних умов, регламентів) з проектування, будівництва, реконструкції та експлуатації об'єктів та їх складових частин. Норми орієнтовані на забезпечення уніфікації підходів до питань надійності і безпеки в НД, що регламентують всі етапи життєвого циклу будівельного об'єкта [24]. Додаткові вимоги до надійності конкретного об'єкта можуть бути встановлені в технічному завданні або в іншому документі, але вони не повинні знижувати рівня надійності об'єкта, визначеного згідно вимогам цих норм.

- НПАОП 40.1-1.21-98 Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів. Дані правила поширюються на працівників, які виконують роботи в електроустановках Міністерства енергетики України. Дотримання вимог цих правил є обов'язковим у разі виконання робіт з монтажу, налагодження, ремонту, реконструкції та експлуатації електроустановок електричних станцій, електричних і теплових мереж, районних котелень, енергоремонтних та інших підприємств. Вимоги цих правил слід враховувати під час проектування та обслуговування електроустановок. Під час виконання робіт в електроустановках поряд з цими правилами слід керуватись також державними і галузевими нормативними актами з охорони праці, стандартами безпеки праці, нормами та інструкціями заводів-виробників обладнання.

Крім вищезазначеної законодавчої бази існують інші нормативні-правові акти, а також стандарти (вимоги, виробничі інструкції, накази).

З метою підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції (товарів, робіт, послуг), забезпечення захисту інтересів споживачів,

сприяння входженню України в європейський та світовий економічний простір Президентом України 23 лютого 2001р. був виданий *Указ «Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції»*. Цим Указом передбачено комплекс заходів щодо широкого впровадження в промисловості та у сфері послуг сучасних систем менеджменту якості на засадах стандартів ISO серії 9000, які доцільно розглянути окремо.

15.3 Вимоги до системи менеджменту якості згідно з міжнародними стандартами ISO серії 9000

Вступ до СОТ, інтеграція в європейське й світове співтовариство вимагає серйозної роботи, бо від цього залежить і виживання вітчизняних підприємств. При створенні торговельних відносин питання щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції та послуг стає більш актуальним, без чого стає неможливим завоювання іноземних ринків і стабілізація на внутрішньому.

В умовах глобалізації ринку головною метою управління будь-яким підприємством, в тому числі інжиніринговим, стає забезпечення належної якості продукції та послуг, оскільки лише їхня висока якість може бути конкурентоспроможною. Саме жорстка конкуренція змушує керівників компаній з інжинірингу шукати нові підходи для надання послуг найвищої якості. Ефективне управління якістю стає зараз найважливішою передумовою успіху підприємства, а досягнення конкурентних переваг як на іноземному, так і вітчизняному ринках неможливе без комплексного підходу на основі впровадження міжнародних стандартів якості серії ISO.

Міжнародна неурядова організація ISO (International Organization for Standardization) була заснована ще в 1947 році для розробки і прийняття міжнародних стандартів. ISO користується авторитетом як неупереджена, чесна і високопрофесійна організація. У технічній діяльності організації зайняті десятки тисяч експертів з різних країн і галузей. Крім стандартизації ISO бере участь у вирішенні питань сертифікації. Організацією встановлено більше 15

тисяч міжнародних стандартів, що забезпечують сумісність виробничих процесів і технологій. Стандарти ISO сьогодні є уніфікованим механізмом для оцінки якості виробництва та управління в світовому співтоваристві. Вони застосовуються у всіх традиційних галузях, починаючи від сільського господарства та будівництва, виробництва побутових товарів та найскладнішого медичного обладнання, до новітніх напрямків інформаційних технологій.

Необхідність розробки стандартів ISO диктує ринок. Вони сприяють прогресу бізнесу, розвитку споживчого сектора та економіки в цілому. В Україні діють стандарти ДСТУ ISO. Це національні стандарти, якими впроваджені стандарти ISO. Номер стандарту ДСТУ відповідає номеру міжнародного стандарту ISO, а рік затвердження, відповідно, році затвердження національного стандарту. Наприклад, ДСТУ ISO 9001: 2009 є офіційним перекладом стандарту ISO 9001: 2008.

Освоєння стандартів серії ISO 9000 в Україні триває близько 20 років. Наша держава поступово впроваджує світові вимоги і тенденції, тому синхронізує стандарти ISO в ДСТУ практично відразу ж. Це дозволяє вітчизняним підприємствам своєчасно приймати вимоги до системи менеджменту якості (СМЯ). Впроваджуючи ж подібні стандарти, українські виробники мають можливість виходити на міжнародні ринки з продукцією надійної якості, підтверджуючи тим самим свою конкурентоспроможність і компетентність.

До стандартів ISO серії 9000 належать 16 стандартів. Акцентуємо увагу на міжнародному стандарті ISO 9001:2008 “Системи менеджменту якості. Вимоги” (далі ISO 9001). Цей стандарт установлює вимоги до системи менеджменту якістю для випадків, коли організація має продемонструвати свою спроможність поставляти продукцію (послуги, роботи), що відповідають вимогам замовників і регламентів, а також прагне підвищувати задоволеність замовників. Це єдиний стандарт ISO серії 9000, за яким видається відповідний сертифікат]. Для його отримання необхідно розробити,

задокументувати, впровадити, підтримувати СМЯ та постійно поліпшувати її результативність, а також пройти аудиторську перевірку органом з сертифікації.

Згідно з ДСТУ ISO 9000:2007 СМЯ - це сукупність взаємопов'язаних або взаємодійних елементів для встановлення політики та цілей, досягнення цих цілей, спрямовування та контролювання діяльності організації стосовно якості, тобто це сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для загального керівництва якістю.

Головною *метою СМЯ* є досягнення довгострокового успіху шляхом максимального задоволення запитів споживача, співробітників, власників і суспільства, а також відповідність результатів процесів підприємства потребам споживача, організації та суспільства.

Завданнями СМЯ є:

- постійне поліпшення якості продукції (послуг);
- зниження витрат на забезпечення якості за допомогою використання циклу PDCA (цикл Демінга), який усуває причини невідповідності, а не просто коригує отримані результати (рис. 15.5.);
- створення у споживачів впевненості у відсутності браку та невідповідностей за рахунок сертифікації СМЯ.

Важливо розуміти, що ISO 9000:2008 не встановлює стандарти якості окремих конкретних товарів або послуг, а тільки визначає ефективність організації виробництва та управління, від яких, власне, і залежить якість. Іншими словами базова концепція затверджених стандартів ISO 9000 полягає в неможливості випуску неякісної продукції підприємством, де впроваджена стандартизована СМЯ. З цієї причини сертифікати ISO 9001:2008 можуть отримати компанії різних профілів і галузей, якщо вони зможуть продемонструвати експертам відповідальність і тотальний контроль за якістю випущених продукції та послуг.

Сертифікація на відповідність вимогам ISO 9001:2008 носить виключно добровільний характер. Незважаючи на це, все більше вітчизняних

інжинірингових підприємств впроваджують системи менеджменту якості відповідно до міжнародного стандарту ISO 9000:2008. Здебільшого вони намагаються не відставати від партнерів або конкурентів. Але бувають ситуації, коли основний покупець висуває вимогу наявності сертифікованої СМЯ як основну умову укладення контракту інжинірингу. Часто наявність сертифіката ISO 9001:2008 є обов'язковою вимогою для участі в держзакупівлі, тендерах та ін. Іноді наявність вищезазначеного сертифіката у підприємств-експортерів дозволяє збільшувати ціни на продукцію, що поставляється, збільшуючи тим самим прибутки. Закордонним партнерам немає необхідності витрачатися на випробування продукції, набагато вигідніше працювати з підприємствами, що мають сертифікат ISO. Ще однією перевагою наявності сертифіката ISO є можливість продовження термінів дії сертифікатів УкрСЕПРО. Саме з причини своєї виняткової універсальності, сертифікація ISO 9001:2008 все більше набуває популярності серед українських інжинірингових компаній.

Для отримання сертифікату ISO 9001:2008 підприємству з інжинірингу необхідно впровадити СМЯ. Така система є частиною системи менеджменту організації, яка спрямована на досягнення результатів, відповідно до цілей у сфері якості, щоб задовольняти потреби, очікування і вимоги зацікавлених сторін. Цілі в області якості доповнюють інші цілі організації, пов'язані з розвитком, фінансуванням, рентабельністю, навколишнім середовищем, охороною праці та безпекою. Різні частини системи менеджменту організації можуть бути інтегровані разом із СМЯ в єдину систему менеджменту, яка використовує спільні елементи. Це може спростити планування, розподіл ресурсів, визначення додаткових цілей та оцінювання загальної ефективності організації. Впроваджена та сертифікована СМЯ відповідно до вимог стандартів ISO серії 9000 дозволяє за оцінками експертів зменшити витрати підприємства на якість приблизно на 25-30%.

Стандарти ISO містять найсучасніший досвід системного управління якістю і базуються на **восьми принципах менеджменту**, наведених нижче в таблиці 15.3.

Таблиця 15.3

Принципи менеджменту

відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9000:2005

№ з/п	Назва принципу	Сутність принципу
1	<i>Орієнтація на замовника</i>	Оскільки організація залежить від своїх замовників, то необхідно з'ясувати їх теперішні та майбутні потреби, задовольнити їх вимоги і прагнути до перевищення їхніх очікувань.
2	<i>Лідерство</i>	Керівники встановлюють мету та напрями діяльності організації, їм необхідно створювати умови та відповідний клімат, щоб зацікавити співробітників у реалізації цілей організації.
3	<i>Залучення працівників</i>	Працівники всіх рівнів організації, які зацікавлені в реалізації її цілей, дають змогу використовувати свої можливості для досягнення організацією переваг.
4	<i>Процесний підхід</i>	Бажаного результату досягають більш ефективно, якщо діяльністю та пов'язаними з нею ресурсами управляють як процесом. Це повинно зумовити зменшення витрат і скорочення виробничого циклу через успішне використання ресурсів.
5	<i>Системний підхід до менеджменту</i>	Ідентифікування, розуміння та управління взаємопов'язаними процесами як системою сприяє організації у більш результативному та ефективному досягненні її цілей. Такий підхід зумовить інтеграцію процесів з метою отримання бажаних результатів, зростання можливості концентрації зусиль на ключових процесах, а також зростання довіри зацікавлених сторін щодо результативності та ефективності функціонування організації.
6	<i>Постійне вдосконалення</i>	Незмінним завданням організації має бути постійне поліпшення загальних показників її роботи.
7	<i>Прийняття рішень на основі фактів</i>	Ефективні рішення ґрунтуються на аналізі даних та інформації.
8	<i>Взаємовигідні стосунки з постачальниками</i>	Організація та її постачальники є взаємозалежними, взаємовигідні стосунки між ними розширюють можливості обох сторін у створенні цінностей. Реалізація цього принципу повинна впливати на еластичність і швидкість спільної реакції на зміни, що відбуватимуться на ринку чи в потребах і очікуваннях клієнтів, а також на оптимізацію витрат і ресурсів.

Підхід до розробки та впровадження СМЯ містить декілька етапів, які зображені на рис. 15.3.

Такий підхід також застосовують для підтримки в робочому стані та поліпшення впровадженої СМЯ.

Згідно зі стандартом ISO 9001:2008, діяльність організації складається з низки взаємозалежних процесів. При цьому вихідні дані одного з них є вхідними для наступного.



Рис. 15.3. Етапи розробки системи менеджменту якості (СМЯ)

Одним із ключових принципів створення СМЯ відповідно до вимог ISO 9001 є процесний підхід, під яким розуміють застосування у межах організації системи визначених процесів з урахуванням їх взаємодії, а також управління ними. Перевагою процесного підходу є забезпечення безперервного контролю за окремими процесами та їхньою взаємодією у межах системи. Якщо цей підхід застосовують у межах СМЯ, він дозволяє зрозуміти та виконати вимоги

споживача з вимірюванням результатів функціонування процесу та його ефективності, що відображено на рис. 15.4.

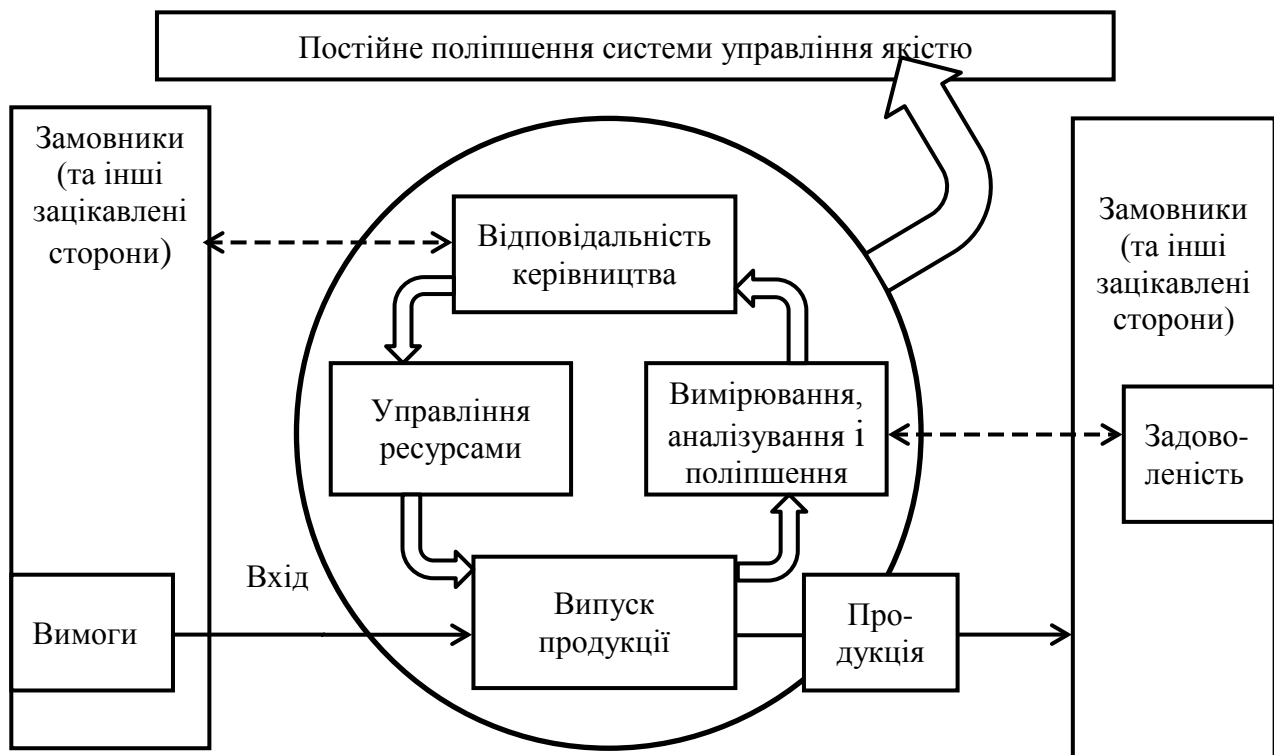


Рис. 15.4 Модель СМЯ, заснована на процесному підході

До всіх процесів можна застосовувати методологію, відому як «Планування — Виконання — Перевірка — Управління» — «Plan — Do — Check — Act» (PDCA чи так званий цикл Демінга):

- планування: встановлення цілей і процесів, необхідних для досягнення цілей, планування робіт по досягненню цілей процесу і задоволення споживача, планування виділення і розподілу необхідних ресурсів;

- виконання запланованих робіт;

- перевірка: збір інформації та контроль результату на основі ключових показників ефективності, що вийшло в ході виконання процесу, виявлення та аналіз відхилень, встановлення причин відхилень;

- управління (вплив, коректування): прийняття заходів щодо усунення причин відхилень від запланованого результату, зміни в плануванні та розподілі ресурсів (рис. 15.5).

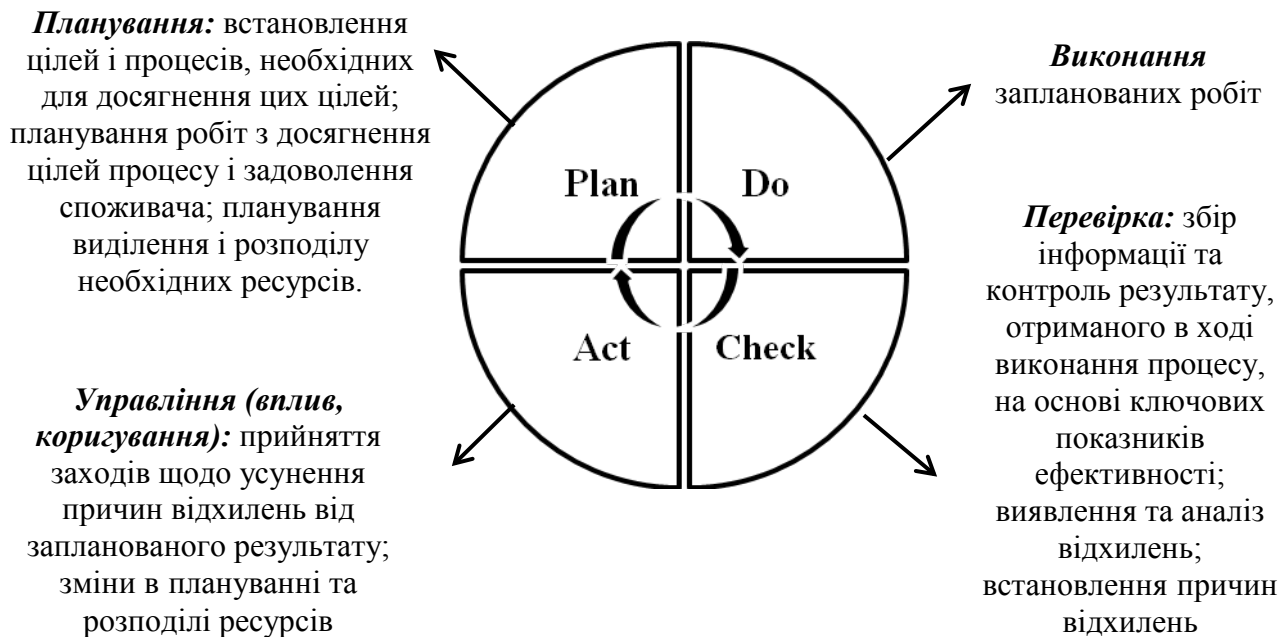


Рис. 15.5. Цикл Демінга

Політика і цілі у сфері якості є орієнтиром для організації. Вони визначають бажані результати й сприяють використанню організацією ресурсів для досягнення цих результатів. Політика в області якості забезпечує основу для розробки та аналізу цілей у сфері якості, які повинні бути узгоджені з визначеною політикою та спрямовані на постійне поліпшення, а результати мають бути вимірні. Досягнення цілей в сфері якості може позитивно впливати на якість продукції та послуг, результативність роботи та фінансові показники і, отже, на задоволеність та впевненість зацікавлених сторін.

Стандарт вимагає наявності **документального викладення** політики та цілей у сфері якості; настанови з якості; документів, необхідних організації для забезпечення результативного планування функціонування та контролю процесів; відповідних задокументованих методик. Обсяги документації СМЯ можуть бути різними для кожної конкретної організації. Значення мають

розміри та види діяльності підприємства, складність процесів та їх взаємодія, компетентність персоналу. Документація може зберігатися на будь-якому носії.

Регулярний **моніторинг** усіх процесів за обраними показниками результативності, оперативне виявлення недоліків у роботі та запобігання поширенню невідповідностей на інші підрозділи (завдяки запровадженій процедурі внутрішнього аудиту) доповнені збором пропозицій щодо поліпшення діяльності від працівників, підвищується якість управління підприємством на операційному та управлінському рівнях. Проведення внутрішніх аудитів у заплановані проміжки часу дозволяє встановити ступінь відповідності СМЯ вимогам, встановленим організацією, а також ефективності її впровадження та підтримки.

Метою **постійного поліпшення СМЯ** є збільшення можливостей щодо підвищення задоволеності споживачів та інших зацікавлених сторін. Дії щодо поліпшення містять:

- 1) аналіз та оцінку існуючого стану для визначення сфер для поліпшення;
- 2) встановлення цілей поліпшення;
- 3) пошук можливих, рішень для досягнення цілей;
- 4) оцінювання та вибір рішень;
- 5) виконання обраних рішень;
- 6) вимір, перевірку, аналіз і оцінку результатів виконання для встановлення того, чи досягнуто мети;
- 7) оформлення змін.

Зворотний зв'язок із замовниками та інших зацікавлених сторін, аудити (перевірки) і аналіз СМЯ можуть також використовуватися для визначення можливостей поліпшення.

Слід зазначити, що СМЯ згідно з вимогами ISO 9001:2008 в умовах нестабільності на ринку — це **ефективна модель управління**, яка дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, а також дієвий інструмент для аналізу роботи підприємства, котрий дозволяє виявляти проблеми і своєчасно впроваджувати запобіжні та коригувальні заходи. Крім

того, впровадження стандарту ISO 9001 — додаткова гарантія якості послуг, яка дозволяє підприємству розраховувати на високу лояльність своїх споживачів, зберегти покупців й обсяги реалізації та як наслідок підвищити конкурентоспроможність підприємства, зокрема у сферах товарного забезпечення (робота з дистриб'юторами) і фінансування (робота з банківськими установами).

Серед *переваг впровадження СМЯ* на підприємствах інжинірингу варто виділити такі:

- підвищення якості інжинірингових послуг, рівня задоволеності споживачів;
- розширення кола замовників та ринків збуту, отримання можливості співпраці з іноземними партнерами (при укладанні угод на поставку послуг інжинірингу партнери все частіше вимагають наявності сертифікованої СМЯ та безпечності);
- підвищення ефективності виробництва (система управління передбачає попередження, а не виправлення браку на кінцевій стадії виробництва, і, як наслідок, зниження відсотку браку);
- підвищення ринкової вартості підприємства (за оцінками міжнародних реєстраторів сертифікація СМЯ підвищує ринкову вартість підприємства в середньому на 10%);
- покращення фінансових результатів за допомогою скорочення: відмов процесів або марної витрати матеріалів та часу; браку продукції, витрат на компенсацію за гарантією; втрат споживачів і ринків;
- зміцнення ділової репутації підприємства інжинірингу, підвищення рівня його конкурентноздатності в очах споживачів, замовників, інвесторів;
- можливість отримати переваги в тендерах, у залученні кредитів та інвестицій;
- можливість використання сертифікату в рекламних цілях;
- чіткий розподіл відповідальності та повноважень як в межах підрозділу, так і в межах всього інжинірингового підприємства.

Проте опитування вітчизняних фахівців, що впроваджували СМЯ, виявило їхню незадоволеність результатами впровадження у 60-80% випадків, у той час, як тільки 9% західних керівників компаній вважають, що їх очікування не виправдалися. Варто визначити причини, що не дозволяють повною мірою використати позитивний ефект від впровадження СМЯ на вітчизняних підприємствах. Ці проблеми можна класифікувати групи, відображені в таблиці 15.4.

Таблиця 15.4

Характеристика проблем впровадження СМЯ на вітчизняних підприємствах

№ з/п	Сфера проблематики	Характеристика проблеми
1.	<i>Економічні</i>	В Україні спостерігається ситуація, коли стимулів у підприємств до впровадження систем управління недостатньо, щоб вони переважили фінансові та трудові витрати, які необхідні для успішного впровадження системи. Також це недостатній рівень конкуренції серед українських підприємств та тривалий строк появи економічного ефекту від впровадження системи управління якістю.
2.	<i>Політичні</i>	Недостатня підтримка та стимулювання з боку держави.
3.	<i>Людські</i>	Відсутність усвідомлення у більшості керівників підприємств та організацій того, що без сучасних систем управління вони не матимуть у найближчому майбутньому стабільності та зростання; недостатньо високий рівень кваліфікації менеджерів; сумніви керівництва щодо доцільності впровадження системи управління якістю.
4.	<i>Організаційні</i>	Недостатня пропаганда та інформування про переваги міжнародного стандарту ISO 9000.

Національні інжинірингові підприємства, що охопили послугами міжнародні ринки, пересвідчилися, що без впровадження СМЯ неможливо знайти торгового партнера, а тим більше завоювати міжнародні ринки збуту й бути там конкурентоспроможними. Як вважають західні експерти, у найближчій перспективі на європейському ринку до 95% контрактів укладатимуться тільки за наявності в постачальника сертифіката ISO 9001, без

цього документа підприємства все частіше не будуть допускатися до участі в тендерах.

15.4 Основні етапи створення, впровадження та сертифікації системи менеджменту якості

Безпосередньо створення системи менеджменту якості (СМЯ) складається з трьох основних етапів (розробки системи, її впровадження та сертифікація), кожен з яких поділяється на низку завдань, які виконуються послідовно або паралельно.

На стадії попереднього аналізу й ухвалення рішення про розробку СМЯ керівництву інжинірингового підприємства необхідно ознайомитися з:

- принципами функціонування СМЯ;
- взаємозв'язком між СМЯ і якістю інжинірингових послуг;
- стандартами на СМЯ та їх основними елементами;
- структурою документації на СМЯ;
- вимогами до контролю з боку керівництва;
- роллю персоналу та вимогами до його підготовки;
- перевагами і витратами, пов'язаними з СМЯ.

При цьому слід враховувати, що СМЯ функціонуватиме ефективно тільки при наполегливому і систематичному контролі з боку керівництва. В іншому випадку вона може швидко перетворитися на пакет формальних паперів.

Для ефективного створення, впровадження та сертифікації СМЯ на підприємствах сфери інжинірингових послуг доцільно розробити план робіт та перелік заходів на кожному етапі їх виконання (табл. 15.5)

Ефективність функціонування СМЯ багато в чому визначається на етапі розробки та впровадження. Ухвалення рішення про організацію робіт із впровадження СМЯ знаходиться в компетенції першого керівника інжинірингового підприємства.

На *першому етапі* при підготовці до створення СМЯ керівництво підприємства повинно визначити політику, цілі, зобов'язання в області якості, дотримуючись таких принципів:

- політика в сфері якості - це частина загальної політики і стратегії підприємства;
- політика є основою для встановлення цілей, спрямованих на поліпшення якості продукції (послуг).

Таблиця 15.5

План робіт щодо створення, впровадження та сертифікації СМЯ

Найменування етапів	Види робіт	Заходи
1. Підготовка до створення СМЯ	1. Визначення політики підприємства у сфері якості	Розробка і затвердження політики підприємства в області якості. Визначення цілей, зобов'язань і завдань у сфері якості та способів їх досягнення
	2. Формування оргструктури СМЯ	Призначення представника керівництва, відповідального за якість. Створення служби якості. Формування команди з розробки СМЯ
	3. Навчання персоналу	Навчання керівників підприємства і виробничих підрозділів вимогам ISO 9001. Навчання членів команди з розробки СМЯ вимогам ISO 9001 та методології створення СМЯ
	4. Оцінка термінів і вартості розробки і впровадження СМЯ	Розробка програми проведення робіт. Складання кошторису витрат на створення СМЯ (при необхідності)
	5. Залучення консультантів	Вибір консультантів. Укладення договору на консультаційні послуги
II. Проведення комплексного аналізу управління якістю продукції, послуг та розробка концептуальної моделі СМЯ	1. Аналіз існуючої системи управління підприємством	Виявлення видів діяльності підприємства. Розгляд організаційної структури і функцій управління. Складання матриці відповідальності. Аналіз сильних і слабких сторін діяльності підприємства в області якості. Аналіз та оцінка відповідності фактичних результатів з якості положенням політики у сфері якості та вимогам ISO 9001
	2. Розробка концептуальної моделі	Визначення функції СМЯ. Встановлення переліку бізнес-процесів
	3. Розробка	Внесення змін до оргструктуру. Розгляд та

	пропозицій з удосконалення існуючої системи управління	затвердження оргструктури. Розробка плану заходів щодо підвищення якості продукції (послуг).
III. Розробка документації	1. Підготовка до розробки документації СМЯ	Складання план-графіка розробки документованих процедур. Підготовка завдань (при необхідності). Призначення відповідальних за розробку процедур.
	2. Розробка документації СМЯ	
IV. Впровадження СМЯ	1. Підготовка до впровадження СМЯ	Ознайомлення персоналу з документацією СМЯ. Навчання персоналу роботі в умовах функціонування СМЯ
	2. Впровадження СМЯ	Апробація документації СМЯ. Здійснення бізнес-процесів відповідно з документованими процедурами
	3. Проведення внутрішнього аудиту СМЯ.	Розробка запитальника для оцінки функціонування СМЯ. Проведення внутрішнього аудиту Перевірка відповідності розробленої СМЯ вимогам ISO 9001
	4. Аналіз	Виявлення невідповідностей, функціонування СМЯ. Доопрацювання СМЯ (внесення відповідних змін до документації)
V. Сертифікація СМЯ	1. Вибір органа з сертифікації	Визначення органа з сертифікації Подача заявки на проведення сертифікації. Укладення договору
	2. Передача пакету документів	Підготовка необхідного пакету документів. Передача документації в орган з сертифікації
	3. Зовнішній аудит	Підготовка до зовнішнього аудиту. Проведення сертифікаційного аудиту. Виявлення невідповідностей
	4. Усунення невідповідностей	Аналіз невідповідностей. Внесення змін до документації СМЯ. Передача виправленого пакета документів в сертифікаційний орган. Отримання сертифіката

Для виконання робіт щодо створення СМЯ керівник інжинірингової компанії наказом призначає представника керівництва, відповідального за якість, організує службу якості, формує команду з розробки СМЯ (групу, координаційну раду) та призначає її керівника.

Керівник підприємства здійснює загальне керівництво роботою та прийняття стратегічних рішень по розробці та впровадженню стандартів ISO і несе персональну відповідальність за кінцеві результати цієї роботи.

Оперативне управління впровадженням покладається на представника керівництва, відповідального за якість, який може бути призначений і керівником команди. Представник керівництва регулярно (принаймні, один раз на 3 тижні) інформує керівництво про процес розробки СМЯ і, в разі необхідності, втручається в цей процес для коригування або допомоги.

До складу команди (групи, координаційної ради) з розробки входять фахівці з провідних виробничих підрозділів. Співробітники служби якості і члени команди повинні пройти навчання за спеціальними програмами, що включає в себе вивчення вимог ISO 9001:2008, а так само методи створення СМЯ і розробку всієї необхідної документації.

До початку робіт команда складає програму (план) проведення робіт, яка затверджується керівником підприємства. У програмі (плані) визначаються етапи та види робіт, виконавці, терміни і, в разі необхідності, вартість виконання.

У програму, як правило, включають такі види робіт:

- розробка Політики і цілей організації у сфері якості. Політика має бути документована, затверджена керівництвом і доведена до кожного працівника;
- розробка (уточнення) організаційної структури СМЯ організації;
- визначення переліку бізнес-процесів організації;
- визначення (уточнення) повноважень посадових осіб організації в СМЯ та розробка «Матриці розподілу повноважень і відповідальності в СМЯ»;
- розробка мотиваційного механізму (форми і методи економічного та морального стимулювання) забезпечення розробки і впровадження СМЯ;
- навчання посадових осіб та персоналу організації, які притягаються до робіт щодо розробки СМЯ.

До розробки СМЯ інжинірингового підприємства нерідко залучаються професійні консультанти. Вартість консультаційних послуг має бути врахована в кошторисі.

На *другому етапі* проводиться комплексний аналіз управління якістю інжинірингових послуг на підприємстві та розробляється концептуальна модель СМЯ.

Виконання етапу починається з аналізу існуючої системи управління, сильних і слабких сторін діяльності підприємства в галузі якості, а також організаційної структури і методів контролю якості інжинірингових послуг, що застосовуються.

Оцінка відповідності фактичного стану управління якістю Політиці в сфері якості та вимогам стандарту ISO 9001:2008 проводиться за такими напрямками:

- виявлення рівня кваліфікації та професіоналізму персоналу;
- оцінка наявності відповідних ресурсів для надання якісних інжинірингових послуг;
- визначення (уточнення) методів перевірки якості сировини й матеріалів, які постачаються;
- організація контролю якості в процесі надання (виробництва) інжинірингових послуг та вже виконаних.

До проведення аналізу залучаються всі підрозділи та служби підприємства, які відповідно до встановлених форм та термінів надають службі якості необхідну інформацію. Основними об'єктами аналізу є:

- документи підприємства, які можна використовувати в створюваній СМЯ;
- діяльність підрозділів по забезпеченню якості;
- організаційна структура інжинірингового підприємства та служби якості;
- положення про підрозділи, посадові інструкції, що визначають розподіл відповідальності й повноважень на підприємстві;

- інформація про якість надання інжинірингових послуг;
- бізнес-процеси;
- вимоги до організації робочих місць;
- формуляри, контрольні переліки;
- маршрутна технологія, операційні карти, методологічні, робочі, контрольні інструкції;
- програми ЕОД (електронної обробки даних);
- документація метрологічного забезпечення;
- контрольні карти, програми випробувань, інструкції з експлуатації та сервісного обслуговування, бірки, штампи, види супровідної документації;
- стандарти підприємства;
- записи про якість на паперових та інших носіях інформації.

Аналіз має показати, наскільки документація підприємства відповідає мінімальним вимогам і може бути використана в СМЯ.

У рамках проведення аналізу фактичного стану управління якістю команда повинна з'ясувати наступне:

- як фактично виконуються процеси на робочих місцях;
- які усвідомлені або неусвідомлені відхилення присутні в процесах;
- які з цих відхилень є випадковими, а які повинні бути враховані в проекті СМЯ для досягнення успіху.

Ці завдання повинні охоплювати всі підрозділи.

Допомога з боку досвідченого консультанта може значно спростити аналіз фактичного стану управління якістю, оскільки оцінка стороннього фахівця більш об'єктивна.

Після аналізу існуючої системи менеджменту якості розробляється концептуальна модель СМЯ інжинірингового підприємства. У першу чергу необхідно визначити бізнес-процеси й розробити їх організаційно-технологічні схеми (блок-схеми). Розробка організаційно-технологічних схем супроводжується аналізом існуючої системи управління та внесенням, у разі

необхідності, змін у виробничий процес і в організаційну структуру відповідно до вимог ISO 9001. За результатами проведеного аналізу складається план-графік розробки, коригування (доброби) документів СМЯ.

Третій етап містить розробку документації СМЯ відповідно до плану-графіка. Документація СМЯ - це один з основних елементів функціонування системи. Визначаючи форми і види взаємодій та встановлюючи порядок введення і виведення інформації, вона забезпечує виконання функцій СМЯ.

Документація СМЯ містить:

- настанову з якості - основний документ системи, в якому наводиться політика і цілі підприємства в області якості, склад системи та надано опис реалізації всіх вимог стандарту ISO 9001, що висуваються до СМЯ підприємства;
- документовані процедури, призначені для координації різних видів діяльності, що забезпечують ефективне функціонування СМЯ;
- записи з якості - документація щодо доказів якості продукції, робіт, послуг, що містять зареєстровані значення контрольованих ознак і параметрів.

При організації робіт з розробки документації СМЯ рекомендується передбачити виконання наступних заходів:

- координація робіт, що забезпечує повну взаємну ув'язку документованих процедур, які розроблюються та коректуються з керівництвом з якості;
- систематичний контроль ходу робіт з боку керівництва підприємства та періодичний розгляд ходу робіт на засіданнях координаційної ради, днях якості тощо;
- підготовка внутрішніх аудиторів СМЯ.

На підставі розроблених документованих процедур служба якості готує остаточну редакцію Настанови з якості, яке включає в себе:

- область застосування СМЯ;
- задокументовані методики СМЯ або посилання на них;

- опис взаємодії процесів, що включені в СМЯ.

Після цього всі регламентуючі документи, такі як положення про функціональні та виробничі підрозділи, посадові інструкції, мають бути приведені у відповідність до розроблених документованих процедур і настанови (керівництва) з якості.

Характер і глибина документації мають відповідати вимогам, встановленим в контрактах, законодавчих та нормативних актах; потребам і очікуванням споживачів та інших зацікавлених сторін. Документація СМЯ узгоджується з усіма виконавцями і затверджується керівництвом підприємства.

Четвертий етап охоплює роботи, пов'язані з впровадженням СМЯ. Весь персонал підприємства має бути ознайомлений з документацією СМЯ та навчений роботі в умовах функціонування СМЯ.

З моменту впровадження СМЯ всі підрозділи працюють згідно документованих процедур і обов'язково ведуть записи про якість. Невідповідності, що виявлені в процесі впровадження СМЯ, повинні аналізуватися службою якості з метою встановлення причин їх появи і, у разі необхідності, коригування відповідної документації.

Для встановлення дієздатності створеної СМЯ служба якості проводить внутрішні перевірки (аудити). Вони показують, наскільки СМЯ, представлена настановою (керівництвом) з якості, документованими процедурами, описом процесів і робочими інструкціями, відповідає вимогам стандарту (перевірка адекватності), і яка ступінь розуміння, виконання та дотримання співробітниками підприємства запланованих заходів (перевірка відповідності). Адекватність встановлюється при перевірці чинної документації з якості на предмет повноти відображення в ній вимог стандарту ISO 9001. Перевірка відповідності здійснюється шляхом порівняння фактичного виконання процедур з їх вимогами.

При виявленні будь-якої проблеми з виконання вимоги стандарту або процедури аудиту необхідно обговорити її з тими, кого це безпосередньо

стосується, і з'ясувати причину невиконання даної вимоги. Якщо виконання цієї вимоги дійсно необхідно, то керівник підрозділу вживає заходів (коригувальні дії) щодо його виконання працівниками підрозділу. Якщо дана вимога не є обов'язковою і її невиконання ніяк не впливає на якість роботи, то коригувальна дія виражається у вигляді внесення змін до документованої процедури.

За результатами внутрішнього аудиту складається звіт, в якому вказується, які невідповідності та недоліки були виявлені.

Одним із завдань проведення внутрішніх перевірок є забезпечення можливості поліпшення СМЯ.

При впровадженні СМЯ керівництво інжинірингового підприємства проводить аналіз ефективності її функціонування на підставі звітів, які підготовлені службою якості. Служба якості здійснює збір, обробку та аналіз зареєстрованих даних про якість, наданих усіма підрозділами підприємства. Для аналізу даних про якість застосовуються різні методи, рекомендовані ISO 9004.

Аналіз функціонування СМЯ здійснюється на всіх рівнях за певними напрямками з метою встановлення причинно-наслідкових зв'язків і оцінки альтернативних пропозицій щодо попереджувальних і коригувальних дій, які можуть відноситися до різних аспектів діяльності інжинірингового підприємства. За результатами аналізу вносяться відповідні зміни в документацію СМЯ.

На *п'ятому етапі* проводяться роботи, пов'язані з сертифікацією СМЯ. З огляду на те, що сертифікацію діючих СМЯ проводять різні міжнародні та національні органи, підприємству необхідно зробити вибір органу з сертифікації, з урахуванням побажань замовника.

З обраним органом з сертифікації укладається контракт і подається заявка за встановленою формою. Підприємство передає в орган сертифікації необхідний пакет документів СМЯ для попередньої перевірки.

Після отримання зауважень щодо документації служба якості вносить до неї відповідні зміни та узгоджує дату проведення зовнішнього аудиту на підприємстві.

Після усунення невідповідностей видається сертифікат відповідності терміном на три роки, протягом яких орган з сертифікації здійснює нагляд за функціонуванням СМЯ на підприємстві, проводячи щорічно інспекційний контроль. У разі виявлення серйозних порушень дію сертифіката може бути призупинено.

Впровадження та сертифікація такої системи надає можливість підприємствам з інжинірингу покращити якість власної продукції та послуг, вийти на новий рівень конкурентоспроможності та зміцнити свої конкурентні позиції на ринках. Керівництво вітчизняних підприємств має розуміти, що, незважаючи на всі фінансові, часові та інші витрати, впровадження та сертифікація СМЯ має стати стратегічним рішенням організації з метою розвитку власного бізнесу. А світовий досвід успішних інжинірингових компаній є вагомим аргументом щодо необхідності запозичення та застосування методів управління якістю на вітчизняних підприємствах, що поліпшить соціально-економічний статус не тільки конкретної господарської одиниці, а й держави в цілому.

15.5 Оцінювання якості надання інжинірингових послуг

Як згадувалось раніше (тема Побутові послуги), *експертне оцінювання якості послуг* — сукупність операцій з вибору комплексних або одиничних характеристик послуг (робіт, виробів) щодо визначення їх справжніх значень, підтвердження експертами їх відповідності встановленим вимогам і товарній інформації.

У системі менеджменту якості мають бути розроблені методики, що встановлюють вимоги до виконання всіх процесів, пов'язаних із виконанням послуги, зокрема, інжинірингових, включаючи три

основоположні процеси (маркетинг, проектування та надання послуги/виконання робіт). Якість інжинірингової послуги, як вона сприймається споживачем, безпосередньо визначається цими процесами, а також діями, пов'язаними із заходами, що застосовуються за результатами зворотного зв'язку щодо якості послуг і сприяють поліпшенню завдяки:

- оцінюванню наданої постачальником послуги/виконаної роботи ;
- оцінюванню отриманої послуги/виконаної роботи споживачем;
- перевіркам якості реалізації всіх процесів системи менеджменту якості та їх ефективності.

Відповідно до позиції виробника і споживача в оцінці рівня якості послуг, можна відокремити виробничий та споживчий підходи.

Виробничий підхід до оцінки якості базується на порівнянні значень індикаторів, що відбивають рівень виконання вузлових моментів технології виробництва послуг (час очікування, час обслуговування, рівень професійної майстерності) з базовими значеннями відповідних показників, що задані проектними розробками (сукупність яких відображається поняттям “специфікація послуги”).

Споживчий підхід до оцінки якості послуг акцентує увагу на корисному ефекті споживання послуги, при цьому змінюється не стільки зміст параметрів, що оцінюються, скільки привноситься суб'єктивізм у цю оцінку. Це обумовлюється такими факторами:

- об'єктивними розходженнями у вимогах клієнтів, що обумовлені їхнім демографічним, соціально-економічним і споживчим статусом;
- психологічним механізмом перекручування об'єктивних фактів у сприйнятті людини. Це перекручування може мати різну природу, зокрема, бути результатом дії "ефекту плацебо", який можна пояснити в такий спосіб: людина фактично відчуває те, у що вірить. Як показали численні дослідження, на людину досить сильно діє "ефект плацебо". Відповідно, та сама послуга буде мати різну оцінку якості з погляду різних груп споживачів.

Важливою особливістю споживчого підходу є зміна бази порівняння в оцінці якості послуги. До моменту споживання послуга для клієнта існує "віртуально" як набір очікуваних вигід. Оцінка її якості до придбання ведеться щодо очікуваних вигід, що пропонуються іншими виробниками, а після споживання - шляхом зіставлення очікувань і реального рівня надання послуг (табл.15.6).

Таблиця 15.6

Особливості контролю якості послуг/виконання робіт

Етап оцінки	Порівняльна база оцінки	
	Виробничий підхід	Споживчий підхід
До придбання	Проектні значення критеріїв, що відображають рівень виконання вузлових моментів технологій виробництва послуг	Зіставлення очікуваної вигоди споживання послуги/виконання робіт даного виробника і його конкурентів
Після надання	Зіставлення фактичного рівня виконання з базовими проект-ними показниками (стандартами)	Зіставлення очікувань і реального рівня надання послуги/виконання робіт (реалізації очікувань)

Це ставить перед виробником послуг завдання активно контролювати очікування й сприйняття споживачів реальних характеристик послуги/роботи, скорочувати потенційний розрив між очікуваннями й сприйняттям корисного ефекту послуги, тим самим формуючи передумови досягнення задоволеності споживача. Очікування споживачів формуються, виходячи з особистого минулого досвіду, обміну думками на рівні особистих комунікацій і орієнтовані на власні потреби. На них істотно впливають засоби масової комунікації. Невідповідність обіцянок, отриманих по каналах масової комунікації рівню реального надання послуги/виконання робіт, формує небезпеку розриву між очікуванням і сприйняттям послуг.

Інше потенційне джерело розриву пов'язане з відхиленням реальних характеристик виконання послуги від стандартів проектної специфікації. Це може бути викликано різними причинами, зокрема, наприклад, невідповідністю кваліфікації персоналу технологічним вимогам і (або) недостатньою мотивацією дотримання встановлених стандартів. Але й самі

стандарти, розроблені неправильно, тобто, без урахування очікувань споживачів, несуть у собі потенційну небезпеку формування відхилення очікуваної якості від сприйнятого.

При визначенні показників якості, як правило, використовуються такі методи:

- вимірювальний метод, передбачає використання технічних вимірювальних засобів;
- реєстраційний метод, базується на реєстрації і підрахунку числа певних подій (показники надійності, довговічності, стандартизації);
- розрахункові методи, базуються на застосуваннях математичних моделей;
- органолептичні методи (зір, слух тощо) базуються на точності сприйняття, що досягається кваліфікацією, професійними навичками, здібностями;
- соціологічний метод (збір і аналіз поглядів та відгуків споживачів);
- експертний метод.

Організуючи систему контролю якості, необхідно пам'ятати про таке:

1. Покращання якості не може бути самоціллю. Воно потрібне лише тоді, коли запланований прибуток буде вищим за витрати на якість.
2. Контроль за якістю починається зі встановлення стандартів.
3. Стандарт - це не догма, а наслідок планів. Змінюючи плани, переглядають стандарти.
4. Результати контролю також можуть указувати на необхідність підвищення або зниження вимог стандартів.
5. Працівники мають знати, що їх преміюють за досягнення вимог стандартів, а не тільки за їх перевищення, або штрафують за відхилення від них.
6. Абсолютний і всеохоплюючий контроль є нерентабельним.

7. Оптимальною стратегією є поєднання постійного й суворого контролю на вузлових етапах з вибілковими перевірками на проміжних ділянках.

8. Менеджери, що відповідають за якість, повинні мати повноваження приймати рішення.

9. Важливим є не тільки те, наскільки часто здійснюється контроль, а час, який проходить від моменту фіксування відхилення до прийняття рішення про його усунення.

10. Знайшовши відхилення, шукайте не винного, а причину.

11. Система контролю якості не повинна бути складною [37].

Надання інжинірингової послуги споживачам передбачає:

- дотримання заданих технічних умов на надання послуги/ виконання робіт;
- контроль за дотриманням технічних умов на послугу/ виконання робіт;
- коригування процесу при виявленні відхилень.

Підприємство, що надає інжинірингові послуги, має запровадити практику постійного оцінювання якості з визначенням ступеню задоволеності потреб споживача. Ступінь задоволеності має відповідати професійним та етичним нормам підприємства. При оцінюванні якості послуг/виконання робіт виявляються як позитивні, так і негативні відгуки та їхній вплив на майбутню діяльність організації.

Для визначення ступеню дотримання технічних умов на послугу/ виконання робіт і задоволення потреб споживача (замовника), необхідно реєструватися статус робіт, які виконуються на кожному етапі процесу надання послуги/ виконання робіт.

Виявлення випадків невідповідності послуг/виконання робіт вимогам стандартів та інших нормативних документів і негайне інформування про це – основні завдання й обов'язки кожного працівника підприємства, зокрема, сфери інжинірингових послуг. Доцільно проводити роботу щодо

виявлення потенційних невідповідностей послуги/ виконання робіт до того, як вони проявляться у споживача (замовника).

При виявленні невідповідності, її слід зареєструвати, проаналізувати й прийняти рішення щодо усунунення. Коригувальні дії зачастою виконують у два етапи, перший з яких полягає в негайних заходах щодо задоволення потреб споживача (замовника), а другий — в оцінюванні основної причини невідповідності та плануванні будь - яких необхідних довготермінових коригувальних дій, що дозволять запобігти повторному прояву виявленого недоліку.

Довготермінові коригувальні дії мають бути пропорційними величині та впливу виявленого недоліку. Під час проведення коригувальних дій слід контролювати їх ефективність.

Необхідно впроваджувати методики контролю та супроводу системи вимірювання параметрів послуги/виконання робіт. До засобів управління належать: відповідна кваліфікація персоналу, методики вимірювання параметрів і будь-які аналітичні моделі програмного забезпечення, що застосовується для проведення вимірювань та випробувань. Уся діяльність стосовно проведення вимірювань і випробувань, у тому числі, щодо опитування й анкетування споживачів (замовників), мають пройти випробування на дієвість та надійність. Застосування, калібрування й утримання всього вимірювального й випробувального обладнання, що використовується для надання послуг/виконання робіт чи оцінювання їх якості мають перебувати під контролем. Похибку вимірювань слід порівняти із закладеною у вимогах щодо точності та допусків, при виявленні відхилень – впровадити необхідні заходи.

Необхідно практикувати постійне оцінювання функціонування процесів надання послуг/виконання робіт. Для проведення такого оцінювання керівництву підприємства слід створити й підтримувати в робочому стані інформаційну систему зі збирання та поширення даних з усіх відповідних

джерел. Керівництво має призначити відповідальних за ведення інформаційної системи й за поліпшення якості послуг/виконання робіт.

Як згадувалось раніше, дані про показники якості надання послуги/виконання робіт отримують на підставі: оцінки з боку постачальника (з урахуванням управління якістю); оцінки з боку споживача (з урахуванням реакції споживача, його претензій та інформації зворотного зв'язку); перевірок якості. Аналіз цих даних надасть можливість визначити ступінь виконання вимог до послуг/виконання робіт і виявити резерви поліпшення їх якості, а також результативності та ефективності.

Основна мета аналізу даних має полягати у виявленні причин систематичних помилок та їх попередження. Причина, що лежить в основі помилки, не завжди очевидна, проте слід намагатися виявити її. Зачастую помилки, які виникають з вини персоналу чи споживачів (замовників), насправді пояснюються недоліками процесу надання послуги/виконання робіт, що зумовлені складністю операцій чи неадекватністю методик, робочих умов, підготовки персоналу, інструкцій чи ресурсів.

Підприємства сфери інжинірингу мають розробити програму постійного поліпшення якості надання послуг/виконання робіт, а також ефективності й результативності всього їхнього циклу, включаючи заходи з визначення:

- характеристики (показника), поліпшення якої є найбільш вигідним з погляду як споживача, так і підприємства, що надає послуги;
- будь – яких змін у потребах ринку, що можуть вимагати перегляду характеристик, техніко-економічних показників щодо надання послуг/виконання робіт;
- будь-яких відхилень від установлених параметрів якості послуги/виконання роботи внаслідок неефективності чи недостатності закладених у систему менеджменту якості засобів контролю;
- резервів зниження витрат при збереженні та поліпшенні якості послуг/виконання робіт.

Діяльність щодо поліпшення рівня якості інжинірингових послуг має бути спрямована на досягнення як термінових, так і перспективних завдань та включати:

- визначення того, які дані підлягають збиранню;
- аналіз даних і надання першочергової уваги видам діяльності, які чинять найбільш негативний вплив на якість послуг/виконання робіт;
- передавання результатів аналізу за допомогою зворотного зв'язку оперативному керівництву з рекомендаціями щодо невідкладного поліпшення якості;
- періодичне інформування вищого керівництва з метою проведення аналізу та прийняття управлінських рішень щодо поліпшення якості послуг/виконання робіт та, загалом, системи менеджменту якості.

Як зазначалося вище, при невідповідності фактичних даних технічним вимогам, здійснюється управлінський вплив на об'єкт контролю з метою усунення виявленого відхилення.

Згідно вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2008, розділу 8 “Вимірювання, аналіз та поліпшення” організація має планувати та впроваджувати процеси щодо моніторингу, вимірювань, аналізу та поліпшення. Вони мають включати визначення методів, включаючи статистичні та ступінь їх використання.

Використання статистичних методів може допомогти зрозуміти змінюваність і, тим самим, допомогти інжиніринговому підприємству вирішити проблеми і підвищити результативність і ефективність їхньої діяльності. Ці методи також сприяють кращому використанню наявних даних для прийняття рішень.

Змінюваність можна спостерігати в процесі та результатах багатьох видів діяльності, навіть за умов видимої стабільності. Цю змінюваність можна простежити у вимірних характеристиках продукції та процесів, а її існування можна виявити на різних стадіях життєвого циклу продукції чи послуг, від дослідження ринку до обслуговування замовників.

Статистичні методи допомагають вимірювати, описувати, аналізувати, інтерпретувати та моделювати цю змінюваність, навіть за відносно обмеженої кількості даних. Статистичний аналіз цих даних може допомогти краще розуміти природу, масштаб і причини змінюваності, сприяючи вирішенню проблем. Він також сприяє запобіганню проблемам, які можуть виникнути внаслідок цієї змінюваності, а також спонукати до постійного поліпшення якості, що є однією з вимог ISO 9001:2008. Даний пункт зобов'язує постійно поліпшувати результативність СМЯ, застосовуючи політику та цілі у сфері якості, результати аудитів, аналіз даних, коригувальні та запобіжні дії, а також аналіз з боку керівництва.

Настанови щодо застосовування статистичних методів у СМЯ наведено в ISO/TR 10017:2003 «Керівництво по статистичним методам стосовно до ISO 9001: 2008».

У сучасних умовах для успішної діяльності, завоювання та утримання на ринку конкурентних позицій інжиніринговому підприємству необхідно зосереджувати свої зусилля на виконанні робіт та наданні послуг високої якості. На рівень прибутковості підприємства, його місце в соціальному та економічному середовищі, обрану стратегію і тактику діяльності має неабиякий вплив застосування методів управління якістю. Відповідно, велике значення має вибір з усього різноманіття існуючих методів саме тих, які б найбільшою мірою відповідали умовам функціонування підприємства та були спрямовані на досягнення поставлених цілей. Однак, як свідчить практика, цей вибір є досить важким для багатьох підприємств.

Класичні методи управління якістю, які перевірені часом і містять основу концепції постійного поліпшення якості на виробництві, відрізняються простотою у використанні, не потребують значних капіталовкладень для впровадження і є доступними для малих підприємств.

Один із основоположників застосування статистичних методів при серійному виробництві є американський математик У. А. Шухарт писав: "Впродовж тривалого часу ефективність статистики залежатиме у меншій мірі

від існування загону статистиків, що мають чудову підготовку, чим від підготовки всього покоління, вихованого в душі статистики, з фізиками, хіміками, інженерами і багатьма іншими фахівцями, які відповідатимуть в тій чи іншій мірі за підготовку й управління новими процесами виробництва".

Статистичне управління якістю (Statistical Quality Control - SQC) нині прийнято називати статистичним управління процесами (Statistical Process Control - SPC).

У забезпеченні якості продукції (послуг, робіт) значну роль відіграють прості статистичні методи управління якістю, які дозволяють виявити та розрізнити випадкові й систематичні відхилення, дослідити причини їх виникнення, тим самим знижуючи витрати на усунення невідповідностей.

З метою ефективного аналізу та оцінювання якості інжинірингових послуг доцільно зупинитися саме на них. Перевага простих статистичних методів управління якістю полягає в тому, що їх можна використовувати у будь-якій послідовності, або у будь-якому поєднанні. Вони можуть становити як цілісну систему, так і бути представлені як окремі інструменти аналізу, з яких найбільш поширеними є: контрольний листок, діаграма Парето, діаграма Ісікави, контрольні карти, гістограма, діаграма розкиду (розсіювання), метод стратифікації. Застосування їх вкупі з метою виявлення першопричини невідповідностей та подальшого їх усунення є дієвим засобом поліпшення СМЯ. "Грунтуючись на досвіді своєї діяльності, можу сказати, що 95% усіх проблем фірми можуть бути вирішені за допомогою цих семи прийомів" (професор К. Ісікава).

Найбільш ефективними інструментами оцінювання якості в сфері послуг, зокрема, інжинірингових, є наступні.

1) Контрольний листок. Аналіз будь-якого виду діяльності можливий тільки на підставі наявної інформації, тому застосування кожного з методів контролю якості має починатися зі збору необхідних даних. Перш за все, необхідно чітко сформулювати мету збору відомостей (контроль та регулювання процесу надання послуг; аналіз відхилень від установлених вимог

тощо). По-друге, продумати, які типи даних потрібно зібрати, їх характер, частоту й способи вимірювання, надійність отриманих результатів тощо. Оскільки для аналізу даних використовуються різні статистичні методи, то в процесі збору інформації слід подбати про впорядкування отримуваних результатів, щоб полегшити їх подальшу обробку. Результати спостережень найзручніше заносити в контрольні листки.

Контрольний листок - це паперовий бланк для первинного збору інформації, який призначений для фіксації контрольованих параметрів. Основними вимогами щодо контрольного листка є простота фіксації результатів спостережень; наочність отриманих результатів; повнота даних. Для досягнення цих вимог необхідно заздалегідь продумати форму контрольних листків і постійно її вдосконалювати з урахуванням зауважень і побажань тих, хто їх заповнює. Слід прагнути до того, щоб при фіксації результатів була можливість робити мінімум записів, наприклад, просто робити відмітки в потрібних графах. Але при цьому контрольний листок повинен містити максимум вихідної інформації. Оскільки отримана інформація необхідна для подальшого аналізу причин невідповідностей, то слід вимагати дуже ретельного заповнення всіх граф контрольного листка. Нехтування будь-якими даними, може призвести до подальшого додаткового збору інформації, що ускладнить та подовжить роботу.

2) Діаграма Парето дозволяє аналізувати проблеми будь-якої сфери діяльності підприємства, зокрема у сфері керування якістю. Причини змін якості діляться на дві групи: нечисленні істотно важливі та численні несуттєві. Усуваючи причини першої групи, можна усунути майже всі втрати, спричинені зниженням якості.

Діаграма Парето будується у вигляді стовбчастого графіка й показує в спадному порядку відносний вплив кожної причини на загальну проблему. Крім того, на діаграмі приводять кумулятивну криву накопиченого відсотка причин. Зазвичай спочатку будують діаграму за результатами діяльності для виявлення головної з існуючих проблем. Потім будують діаграму за

причинами для виявлення найважливішої з них щодо цієї проблеми. Після проведення коригувальних заходів діаграму Парето можна знову побудувати й перевірити ефективність проведених поліпшень.

При використанні діаграми Парето для контролю найважливіших чинників користуються *ABC-аналізом*, який включає поділ кривої Парето на три частини:

- перша частина (А) містить невелике число ознак, що дають велике число дефектів;
- друга частина (В) – проміжна група ознак;
- третя частина (С) містить багато малозначущих ознак.

Відносно ABC - аналізу принцип Парето виглядає таким чином: 20% зусиль дають 80% результату.

3) Діаграма Ісікави - відома як діаграма «риб'ячої кістки» або «причинно-наслідкова» діаграма, а також як діаграма «аналізу кореневих причин» - це графічний спосіб дослідження та визначення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між чинниками та наслідками щодо досліджуваної ситуації чи проблеми. Вона, як і більшість інструментів якості, є засобом візуалізації та організації знань, який систематичним чином полегшує розуміння і кінцеву діагностику певної проблеми. Така діаграма є вдалим поєднанням аналітичного й творчого мислення, і багато управлінських рішень виникають саме після глибокого аналізу такої діаграми.

Робота з діаграмою Ісікави проводиться в кілька етапів:

- виявлення та збір усіх факторів і причин, які будь-яким чином впливають на досліджуваний результат;
- угруповання факторів за сенсовим і причинно-наслідковим блоками;
- ранжування цих факторів усередині кожного блоку;
- аналіз отриманої картини;
- «звільнення» факторів, на які ми не можемо впливати;
- ігнорування малозначущих і непринципових факторів.

Щоб більш ефективно виявити й доповнити можливі причини до складу основних, а також більш конкретно деталізувати можливі першопричини відгалужень «основної кістки» традиційно застосовують метод стимулювання генерації творчих ідей, відомий як «мозковий штурм». Типовим застосуванням такого методу є виконання рисунка діаграми на дошці керівником команди, який першим визначає основні проблеми та прохає про допомогу у групи співробітників з метою визначення основних причин, які схематично позначені на основній кістці діаграми і їх деталізацію. Група надає пропозиції поки, в кінцевому рахунку, не буде заповнена вся причинно-наслідкова діаграма. Після завершення обговорення вирішують, що є найбільш вірогідною кореневою причиною проблеми

Побудова діаграми Ісікави та подальший її аналіз допомагають розглядати проблему найбільш об'єктивно, поступово розкриваючи весь ланцюг причинно-наслідкових зв'язків і знаходячи ті чинники, які потрібно буде скоригувати, щоб домогтися вирішення проблеми, тим самим поліпшуючи діяльність інжинірингового підприємства та створеної СМЯ.

Отже, багатоплановість і різноманітність методів управління якістю вимагає від керівництва структурування потоків інформації, їх адаптацію, вибір дієвих та доцільних методів, які спроможні підвищувати його конкурентоспроможність, коригувати цілі організації та способи їх досягнення.

Світовий досвід успішних інжинірингових компаній є вагомим аргументом у необхідності запозичення та застосування статистичних методів управління якістю на вітчизняних підприємствах, що поліпшить соціально-економічний статус не тільки конкретної господарської одиниці, а й держави в цілому. Вибір методів управління якістю залежить як від поточної діяльності підприємства, його прибутковості, рівня кваліфікації персоналу, так і, значною мірою, від зацікавленості вищого керівництва у розвитку, вдосконаленні виробничих процесів на основі застосування наукових економічних інструментів.

Питання для самоперевірки

1. Які особливості ринку інжинірингових послуг?
2. Охарактеризуйте види інжинірингових фірм.
3. Які завдання інжинірингу?
4. Яка структура інжинірингових послуг?
5. Наведіть системні проблеми ринку інжинірингових послуг та причини їх виникнення.
6. Надайте характеристику законодавчим та нормативним вимогам щодо надання інжинірингових послуг.
7. Охарактеризуйте міжнародні стандарти ISO серії 9000.
8. Що є метою та завданням системи менеджменту якості?
9. Наведіть принципи системи менеджменту якості відповідно до вимог ISO 9000:2005.
10. На чому заснована модель системи менеджменту якості?
11. Що є метою постійного поліпшення та які переваги системи менеджменту якості?
12. Які проблеми впровадження системи менеджменту якості?
13. Охарактеризуйте основні етапи створення, впровадження та сертифікації системи менеджменту якості.
14. У чому сутність виробничого та споживчого підходів до оцінки якості послуг?
15. Що таке експертне оцінювання якості?
16. Надайте характеристику статичним методам управління якістю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435- IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №№ 40-44.- Ст. 356. – (Редакція від 01.01.2016р.).
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436- IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - № 18, № 19-20, № 21-22.- Ст. 144. – (Редакція від 20.09.2015р.).
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. - № 13-14, № 15-16, № 17. - Ст.112. - (Редакція від 01.02.2016 р.).
4. Про транспорт: Закон України від 10.11.94 № 233/94 - ВР// Відомості Верховної Ради України. – 1994. - № 51. - ст.446. - (Редакція від 28.12.2005 р.).
5. Про залізничний транспорт: Закон України від 04.07.96 р. № 273/96 – ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - № 40. - ст. 183. - (Редакція від 21.10.2015 р.).
6. Про автомобільний транспорт: Закон України від 05.04.2001 р. № 2344- III - ВР // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - № 22. - ст.105. - (Редакція від 23.02.2006 р.)
7. Про житлово-комунальні послуги: Закон України від 24.06.2004 р. № 1875-IV-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 2004 .- № 47. - ст.514. - (Редакція від 01.01.2016 р.).
8. Про теплопостачання: Закон України від 02.06.2005 р. № 2633-IV- ВР// Відомості Верховної Ради України. - 2005. - № 28. - ст.373. - (Редакція від 01.01.2016 р.).
9. Про електроенергетику: Закон України від 16 .10.1997 р. № 575/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. - № 1. - ст.1. - (Редакція від 16.07.2015 р.).
10. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003 № 1280-IV-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 2004. - № 12. - ст.155. - (Редакція від 01.03.2016 р.).

11. Про поштовий зв'язок: Закон України від 04.10.2001 № 2759-III-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 2002. - № 6. - ст.39. - (Редакція від 28.06.2015 р.).

12. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 19.12.2006 № 1977/12-ВР // Відомості Верховної Ради України.- 1992. - №12. – ст.165. - (Редакція від 24.12.2015 р.).

13. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України.- 1995. - №31. – ст.241. – (Редакція від 11.02.2015р.).

14. Щодо скасування обов'язкової сертифікації готельних послуг та послуг харчування: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 30.07.2012 № 876 – (Прийняття від 30.07.2012 р.) .

15. Основи законодавства України про охорону здоров'я: Закон України від 19.11.1992. - № 2801-XII-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 1993. - № 4. - ст.19 - (Редакція від 01.01.2016 р.).

16. Про архітектурну діяльність : Закон України від 20.05.1999 № 687-XIV // Відомості Верховної Ради України/ - 1999/ - № 31. - Ст.246. - (Редакція від 11.08.2013 р.).

17. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 № 2026-III-ВР // Відомості Верховної Ради України.- 2000. - № 50. - ст.435. - (Редакція від 26.04.2014 р.).

18. Про фізичну культуру і спорт: Закон України від 24.12.93. № 3808-XII-ВР // Відомості Верховної Ради України.- 1994. - № 14. - ст.80. - (Редакція від 01.01.2016.р.).

19. Про освіту: Закон України від 23.05.1991 №1060-XII-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 1991. - № 34.- ст. 451. - (Редакція від 19.02.2016 р.).

20. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 2014. - № 37-38. - ст.2004. - (Редакція від 13.03.2016 р.).

21. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. : ДСТУ ISO 9000:2007. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – 35 с. – [Національний стандарт України].

22. Системи управління якістю. Вимоги. : ДСТУ ISO 9001:2009. - К.: Держспоживстандарт України, 2009. - 26 с. - [Національний стандарт України].
23. Правила побутового обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 16.05.1994 №313 - (Редакція від 04.06.1999 р.).
24. Про затвердження Статуту залізниць України: Постанова Кабінету Міністрів України від 06.04.1998 №457 - (Редакція від 03.12.2015 р.).
25. Правила поведінки громадян на залізничному транспорті: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.11.1995 № 903 - (Редакція відсутня).
26. Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 №176 - (Редакція від 04.03.2016 р.).
27. Порядок визначення виконавця житлово-комунальних послуг у житловому фонді: Наказ Державного комітету України з питань житлово-комунального господарства від 25.04.2005 №60.
28. Правила роботи закладів ресторанного господарства: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 N 219 - (Редакція від 30.06.2015 р.).
29. Правила улаштування електроустановок (українською мовою). вид. 3-те, перероб. і доп. : ПУЕ. - К.: Мінпаливенерго України, 2010. - 736 с.
30. Склад та зміст проектної документації на будівництво. : ДБН А.2.2-3-2014. - К.: Мінрегіонбуд України, 2014. - 33 с. - [Державні будівельні норми України].
31. Організація будівельного виробництва. : - ДБН А.3.1-5-2009. - К.: Мінрегіонбуд України, 2011. - 61 с. - [Державні будівельні норми України].
32. Природне і штучне освітлення. : - ДБН В.2.5-28-2006. - К.: Мінрегіонбуд України, 2006. - 12 с. - [Державні будівельні норми України].
33. Електромонтажні роботи. : - ДБН В.2.4-17-2000. - К.: Мінрегіонбуд України, 2000. - 14 с. - [Державні будівельні норми України].

34. Охорона праці та промислова безпека у будівництві. : - ДБН А.3.2-2-2009. - К.: Мінрегіонбуд України, 2012. - 116 с. - [Державні будівельні норми України].
35. Основні вимоги до проектної та робочої документації : ДСТУ Б А.2.4-4:2009. - К.: Мінрегіонбуд України, 2009. - 84 с. - [Національний стандарт України].
36. Айшель А.Н., Пикуль В.П. Методические рекомендации по оценке уровня бытового обслуживания населения. - К.: Наукова думка, 1977. - 86 с.
37. Апопій В.В., Олексин І.І. та ін. Організація і технологія надання послуг: Підручник. / В.В. Апопій, І.І Олексин – К.: Академвидав, 2006. – 312 с.
38. Ардельянова О.В. Место и роль государства в регулировании рынка автотранспортных услуг // Проблемы підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. - К., 1997. - Вип. 2. - С. 38-46.
39. Архіпов В.В. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. / В.В. Архіпов – К.: Центр учбової літератури, 2009. - 342 с.
40. Безручко О. О. Особливості та основні проблеми розвитку інжинірингових послуг в Україні / О. О. Безручко. // Економічні науки.
41. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика : Учебное пособие / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М. : КНОРУС, 2008. – 328 с.
42. Гранатуров В.М. Управління послугами зв'язку: [навч. посібник] / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – К.: Освіта України, 2010. – 254 с.
43. Гуков Н.В., Тангибердиева З.И. Экономика бытового обслуживания населения. / Н.В. Гуков, З.И. Тангибердиева - М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984. - 192 с.
44. Данилишин Б. М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства / Б. М. Данилишин, В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук. – К. : ЗАТ «Ніч лава», 2005. – 328 с.

45. Дмитриев В.И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги: Учебник для студентов вузов. / В.И. Дмитриев - М.: Легпромбытиздат, 1986. - 303 с.
46. Захарченко М.М., Федорук Л.Д. Статистичні методи аналізу в побутовому обслуговуванні населення. / М.М. Захарченко, Л.Д. Федорук. - К.: Вища школа, 1978. - 46 с.
47. Комаров В.Е. Сфера обслуживания и народное благосостояние.- / В.Е. Комаров М.: Знание, 1973.- 61с.
48. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер - М.: Ростинтер, 1996. -704 с.
49. Кочерга А.И. Сфера обслуживания населения: Региональные проблемы / А.Н. Амылов и др. - К.: Наукова думка, 1980. - 423 с.
50. Лисенко Я. О. Сучасний стан світового ринку інжинірингових послуг / Я. О. Лисенко, О. О. Квактун. // Економічний простір. – 2013. – №74. – С. 24 – 32.
51. Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікація: Підручник. / Р.В.Бичківський, П. Г. Столярчук, П.Р. Гамука – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів: “Львівська політехніка”, 2004. – 560 с.
52. Мочерний С. В. Сфера послуг / С. В. Мочерний // Економічна енциклопедія у трьох томах. Том 3. – К. : Видавничий центр «Академія», Тернопіль : Академія народного господарства, 2002 – 678 с.
53. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. / О.Б. Моргулець – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
54. Песоцкая О.В. Маркетинг услуг. / О.В. Песоцкая - СПб.: Питер, 2000.
55. Потребности, интересы, стимулы в хозяйственном механизме социалистического общества: Межвузовский сборник. - Львов: Изд-во ЛГУ, 1983. - 216 с.
56. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П.Р. Пуцентейло – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 344с.

57. Решетняк Е. И. Современные методы управления предприятием сферы услуг. / Е. И. Решетняк. – Х. : Фактор, 2008. – 544 с.
58. Сахно Є. Ю. Менеджмент сервісу: теорія та практика : Навч. посібник. / Є.Ю. Сахно , М.С. Дорош – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 328 с.
59. Сахно Є.Ю. Менеджмент сервісу / Є.Ю. Сахно – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 328 с.
60. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності / В. Ф. Семенов, М. Д. Балджи, В. М. Мозгальова; за ред.: В. Ф. Семенов . – Одеса : Optimum, 2008 . – 199 с.
61. Ситник О. Б. Досвід інжинірингової діяльності в сучасному економічному просторі / О. Б. Ситник. // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – С. 104 – 116.
62. Співак Л.С. Формування ринку послуг у трансформаційній економіці: Дис. канд. екон. наук: 08.01.01 / Київський національний економічний університет. - К., 2002. - 192 с
63. Траченко Л.А., Омаров В.О., Кіров І.М. Класифікація послуг з погляду захисту прав споживачів. Зб. наук. праць “Науковий вісник”. / Л.А. Траченко, В.О. Омаров, І.М. Кіров – Одеса: ОДЕУ, 2011. – № 23 (148).
64. Траченко Л.А. Інжинірингові послуги як об’єкт товарознавства: експертне оцінювання якості. Монографія. / Л.А. Траченко – Одеса Атлант, 2014, 212 с.
65. Траченко Л.А. Послуга як об’єкт товарознавства: організація та контроль за якістю: Навчальний посібник. / Л.А. Траченко, – Одеса ОНЕУ, ротапринт, 2012. – 152 с.
66. Стандарти ІСО в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://test-group.com.ua/uk/stati/84-standarti-iso-v-ukrajini.html>
67. Система менеджмента качества [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Система_менеджмента_качества