

Погожих М. І.; заявник і патентовласник Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. – № 200511091 ; заявл. 23.11.2005 ; опубл. 17.04.2006, Бюл. № 4.

Отримано 1.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© М.І. Погожих, А.М. Одарченко, Т.В. Карбівнича, Є.Л. Гасай, 2010.

УДК 519.8.:637.521.473 (083.12)

Л.М. Крайнюк, канд. техн. наук

Ж.А. Крутовий, канд. техн. наук

Л.О. Касілова, канд. техн. наук

Л.В. Бородіна, магістр

ПРО КОМПЛЕКСНУ ОЦІНКУ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Розроблено ієрархічну структуру для ЗРГ, яка необхідна для визначення комплексної оцінки. Запропоновано методику визначення комплексного показника якості послуг та алгоритм комплексної оцінки якості послуг як для окремих типів підприємств ресторанного господарства, так і для мережі в цілому.

Разработана иерархическая структура для ПРХ, которая необходима для определения комплексной оценки. Предложена методика определения комплексного показателя качества услуг и алгоритм комплексной оценки качества услуг как для отдельных типов предприятий ресторанного хозяйства, так и для сети в целом.

A hierarchical structure for ZRG, which is needed for determination of complex estimation, is developed. The method of determination of complex index of quality of services and algorithm of complex estimation of quality of services is offered, both for the separate types of enterprises of restaurant economy and for a network on the whole.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні ресторанне господарство – один з найдинамічніших секторів харчової індустрії. Його глобальна «модернізація», що відбулася в кінці ХХ століття, запозичення «європейських елементів», створили передумови для формування широкого спектру послуг для населення, які відрізняються між собою.

Якість цих послуг багато в чому залежить від технічної оснащеності закладу, досвіду і майстерності працюючого персоналу, впровадження нової техніки і прогресивної технології, підтримки на високому рівні санітарно-гігієнічного стану і культури виробництва та ін.

Оцінка якості може здійснюватись із залученням експертних методів. Експертні методи, як правило, застосовуються тоді, коли точніші методи застосувати неможливо або коли використання останніх економічно не виправдано.

Комплексна оцінка якості послуг може бути здійснена лише за наявності ієрархічної структури показників послуг. Інакше, „дерева” показників якості послуг. Із сказаного випливає актуальність розробки науково обґрунтованої ієрархічної структури показників якості послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасної літератури дозволив сформулювати наступні вимоги до якості послуг:

1. Відповідність цільовим призначенням; точності та своєчасності надання.
2. Відповідність вимогам безпеки і екологічності.
3. Відповідність вимогам ергономічності та комфортності, естетичності, культури обслуговування.
4. Відповідність вимогам соціальної адресності.
5. Відповідність вимогам інформативності.
6. Дотримання вимог комплексності послуг відповідно до типу підприємства.

Науково обґрунтована методика оцінки якості послуг, які надаються закладами ресторанного господарства (ЗРГ), з використанням математичного апарата відсутня.

Мета та завдання статті. Розробити ієрархічну структуру показників послуг ЗРГ та на її основі науково обґрунтовану методику комплексної оцінки їх якості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розробка ієрархічної структури показників послуг (побудова графа показників якості послуг) здійснювалась, виходячи з наступних міркувань та вимог:

1. На найвищому (нульовому) рівні знаходиться комплексний показник якості послуг, на найнижчому – найпростіші показники (одиничні), які не розкладаються на інші показники.
2. У структурі повинна забезпечуватись наявність тільки вертикальних зв'язків між показниками, горизонтальних зв'язків між показниками не повинно бути.
3. Жоден показник всередині групи не повинен бути частиною іншого показника.
4. Бажано, щоб число показників у групі було не більше п'яти-семи, оскільки в іншому випадку суттєво ускладнюється робота експертів, що негативно впливає як на об'єктивність визначення коефіцієнтів вагомості показників якості, так і комплексної оцінки якості послуг в цілому.
5. Перетин ребер графа не допускається.
6. Класифікація показників першого рівня здійснюється за ознакою усіх послуг, за допомогою яких визначаються одиничні показники другого рівня.

Нижче, на рисунку, надана ієрархічна структура показників якості послуг, що надаються підприємствами ресторанного господарства, і яка побудована, керуючись сформульованими принципами та вимогами.

Зауважимо, що наявність характеристик кожного показника для окремих видів послуг полегшує проведення оцінки їх якості. Але це лише в тому випадку, якщо характеристики є такими, що з їх допомогою можна дати глибоку оцінку кожному виду послуг. Розробка переліку різних видів послуг повинна здійснюватися з урахуванням наведеної структури, та в напрямку зменшення їх кількості.

Таким чином, розроблена науково-обґрунтована ієрархічна структура показників якості послуг, яка призначена для використання її при створенні комплексного (інтегрального) показника якості послуг.

Слід зауважити, що ієрархічна структура, яка зображена на рисунку, носить загальний характер. Її доцільно уточнювати для окремих видів підприємств ресторанного господарства.

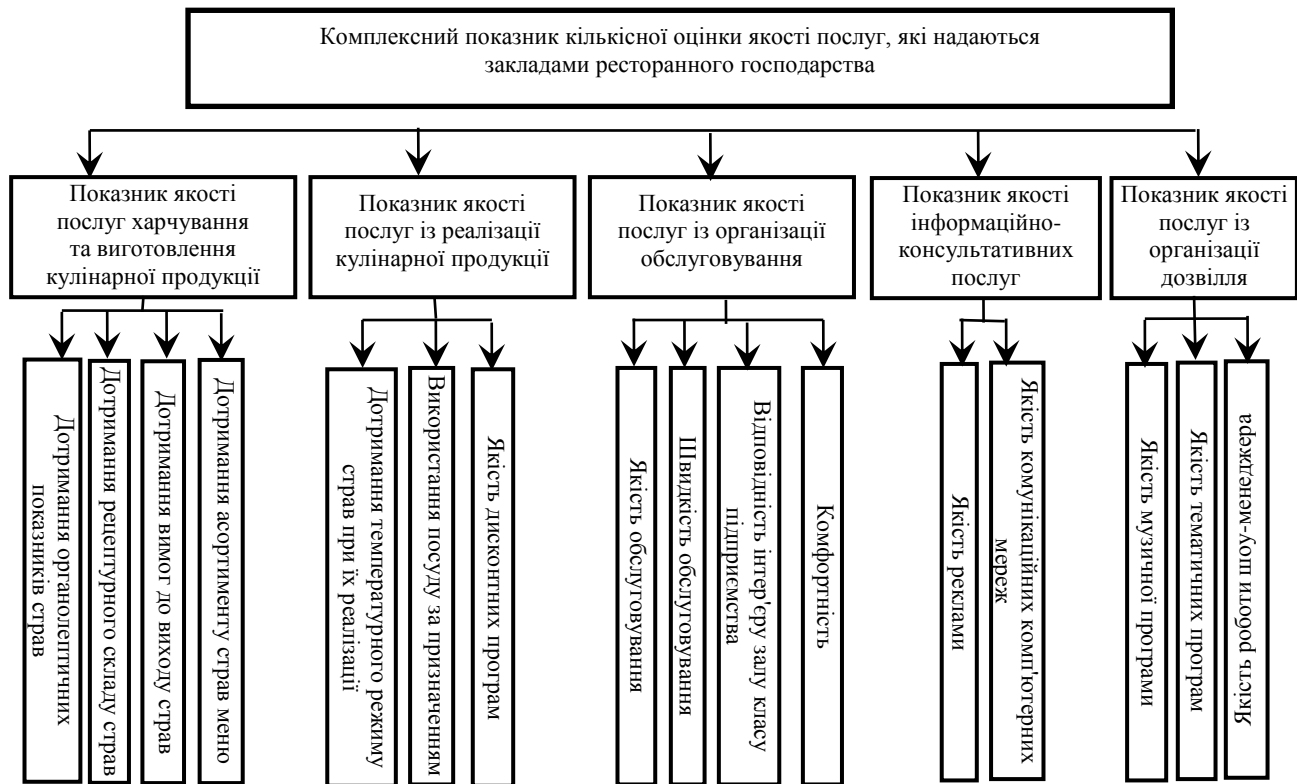


Рисунок – Ієрархічна структура показників якості послуг, які надають заклади ресторанного господарства

Спираючись на запропоновану науково-обґрунтовану ієрархічну структуру показників якості послуг та використовуючи методи експертних оцінок [1], можна, по-перше, визначити коефіцієнти вагомості (значущості) показників одного рівня у показниках більш високого рівня, а також коефіцієнти значущості одиничних показників послуг (показників другого рівня) у комплексному показнику якості в цілому, по-друге, ввести комплексний показник якості послуг.

Величину комплексного показника якості послуг (K) будемо визначати як суму добутків коефіцієнтів вагомості показників другого рівня у показнику нульового рівня ($K_i(2/0)$) на величини середніх оцінок (x_i) цих показників, знайдених з використанням інформації від експертів стосовно кожного з одиничних показників послуг, якість якої аналізується,

$$K = \sum_{i=1}^{16} K_i(2/0) \times x_i, \quad (1)$$

$$\text{де } x_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m x_{ij} \text{ для } i=1,2,\dots,16, \quad (2)$$

$$K_i(2/0) = \begin{cases} K_{i,1} \times K_{1,0} & \text{для } i=1,2,3,4 \\ K_{i,2} \times K_{2,0} & \text{для } i=5,6,7 \\ K_{i,3} \times K_{3,0} & \text{для } i=8,9,10,11 \\ K_{i,4} \times K_{4,0} & \text{для } i=12,13 \\ K_{i,5} \times K_{5,0} & \text{для } i=14,15,16, \end{cases} \quad (3)$$

де $K_i(2/0)$ – коефіцієнт вагомості і-го одиничного показника (другого рівня) відносно якості в цілому;

$K_{i,1}, K_{i,2}, K_{i,3}, K_{i,4}, K_{i,5}$ – коефіцієнти вагомості і-го показника другого рівня відносно показника першого рівня (відповідно до показників №1, №2, №3, №4, №5);

$K_{1,0}, K_{2,0}, K_{3,0}, K_{4,0}, K_{5,0}$ – коефіцієнти вагомості показників першого рівня (відповідно до показників №1, №2, №3, №4, №5) відносно показника нульового рівня, тобто показника комплексної оцінки якості в цілому;

x_{ij} – оцінка і-го одиничного показника якості послуг конкретного підприємства ресторанного господарства j-м експертом з використанням, наприклад, п'ятибальної шкали;

m – кількість експертів, запрошених для оцінки показників якості послуг другого рівня конкретного підприємства.

Зауважимо, що коефіцієнти вагомості показників якості послуг різного рівня повинні задовольняти очевидним умовам:

$$\sum_{i=1}^{16} K_{i,0} = 1, \quad (4) \quad \sum_{i=1}^5 K_{i,0} = 1, \quad (5)$$

$$\sum_{i=1}^4 K_{i,1} = 1, \quad (6) \quad \sum_{i=5}^7 K_{i,2} = 1, \quad (7)$$

$$\sum_{i=8}^{11} K_{i,3} = 1, \quad (8) \quad \sum_{i=12}^{13} K_{i,4} = 1, \quad (9)$$

$$\sum_{i=14}^{16} K_{i,5} = 1. \quad (10)$$

Визначення коефіцієнтів вагомості чотирьох показників першого рівня у показнику нульового рівня (комплексному показнику якості послуг в цілому) та шістнадцяти (в загальному випадку) показників другого рівня доцільно здійснювати завчасно одним із методів обробки інформації, отриманої від експертів, наприклад, методом безпосередньої оцінки [1] з використанням зручної десятибальної шкали за схемою, яку доцільно надавати в інструкціях до анкет опитування експертів.

З урахуванням сказаного коефіцієнти вагомості показників різних рівнів, а саме: показників якості послуг першого рівня у показнику нульового рівня (комплексному), а також коефіцієнти вагомості показників другого рівня у відповідних показниках першого рівня, визначаються за формулою (1)

$$K_i = \frac{\sum_{j=1}^l P_{ij}}{\omega \sum_{i=1}^{\omega} \sum_{j=1}^l P_{ij}}, \quad (11)$$

де P_{ij} – оцінка значущості i -го показника відповідної групи, яка визначена j -м експертом методом безпосередньої оцінки з використанням десятибальної шкали;

l – кількість експертів, запрошених з метою визначення коефіцієнтів вагомості показників якості послуг різних рівнів;

ω – кількість показників якості послуг в конкретній групі показників.

Коефіцієнт вагомості кожного показника другого рівня у комплексному показнику визначається як добуток коефіцієнта вагомості цього показника у відповідному показнику першого рівня на коефіцієнт вагомості вказаного показника першого рівня у показнику нульового рівня за формулою (3).

Для знаходження величин P_{ij} нами використовувалось сім видів анкет, які відрізняються сукупністю показників якості послуг. Анкети першого

виду призначені для визначення коефіцієнтів вагомості $K_{1,0}, K_{2,0}, K_{3,0}, K_{4,0}, K_{5,0}$ показників першого рівня у комплексному показнику. Анкети №2 – №6 призначені для визначення коефіцієнтів вагомості одиничних показників відповідно першої – п'ятої груп $K_{i,1}, K_{i,2}, K_{i,3}, K_{i,4}, K_{i,5}$ у показниках першого рівня.

З метою підвищення наочності величин комплексних показників якості послуг різних видів підприємств ресторанного господарства, на наш погляд, доцільно коефіцієнти вагомості одиничних показників якості (показників 2-го рівня) збільшити у 20 разів.

У цьому випадку величина комплексного показника якості послуг буде визначатися з використанням наочної 100-бальної шкали.

Алгоритм комплексної оцінки якості послуг є таким:

1. Для конкретного виду підприємства ресторанного господарства створюється ієрархічна структура показників якості послуг шляхом адаптації запропонованого загального виду ієрархічної структури.

2. Уточнюються анкети для опитування експертів із метою визначення коефіцієнтів вагомості одиничних показників якості послуг (показників другого рівня) у комплексному показнику.

3. Обирається група експертів та здійснюється їх опитування.

4. Використовуючи інформацію, отриману від експертів, визначаються коефіцієнти вагомості одиничних показників якості у комплексному показнику.

5. Відбираються різні підприємства ресторанного господарства.

6. Формується інша (в загальному випадку) група експертів, здійснюється анонімне оцінювання ними одиничних показників якості різних підприємств ресторанного господарства з використанням п'ятибальної шкали.

7. Використовуючи інформацію від експертів, обчислюються за формулою середні оцінки показників послуг (x_i) для різних видів підприємств.

8. За формулою обчислюються комплексні показники якості різних підприємств, збільшуються в 20 разів (для наочності).

9. Формулюються висновки за результатами комплексної оцінки якості послуг різних підприємств ресторанного господарства.

Висновки. Основні результати дослідження полягають у наступному:

1. Розроблено ієрархічну структуру для ЗРГ, яка необхідна для здійснення комплексної оцінки.

2. Запропонована методика визначення комплексного (інтегрального) показника якості послуг, яка базується на створеній ієрархічній структурі показників якості та застосуванні методів експертних оцінок.

3. Запропоновано алгоритм комплексної оцінки якості послуг для різних типів підприємств ресторанного господарства.

Список літератури

1. Крутовой, Ж. А. Экономико-математические методы в торговле и общественном питании [Текст] : учеб. пособие. Ч.1 / Ж. А. Крутовой. – Х. : ХИОП, 1989. – 170 с.

Отримано 1.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© Л.М. Крайнюк, Ж.А. Крутовой, Л.О. Касілова, Л.В. Бородіна, 2010.