

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ  
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ  
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ 2024

**ΜΑΘΗΜΑ** : ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ (413)  
**ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ** : Τετάρτη, 26/06/2024  
**ΩΡΑ** : 08:00 – 10:30

ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΔΕΚΑΕΞΙ (16) ΣΕΛΙΔΕΣ

**ΟΔΗΓΙΕΣ:**

- Να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις.
- Όλες οι απαντήσεις να δοθούν στο εξεταστικό δοκίμιο το οποίο να επιστραφεί.
- Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υγρού ή άλλου υλικού.
- Στο τέλος του εξεταστικού δοκιμίου δίνονται επιπρόσθετες σελίδες σε περίπτωση που ο χώρος απάντησης κάποιας ερώτησης δεν είναι ικανοποιητικός.

**5. ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ ΕΙΝΑΙ ΤΡΙΑ (Α΄, Β΄ ΚΑΙ Γ΄).**

Το **Μέρος Α΄** αποτελείται από δώδεκα (12) ερωτήσεις και η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

Το **Μέρος Β΄** αποτελείται από τέσσερις (4) ερωτήσεις και η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με οκτώ (8) μονάδες.

Το **Μέρος Γ΄** αποτελείται από δύο (2) ερωτήσεις και η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

## ΜΕΡΟΣ Α΄ (Μονάδες 48)

1. Η πιο κάτω παράγραφος αφορά στον ορισμό της ποιότητας από την εταιρεία Ford.  
Να συμπληρώσετε τα κενά των πιο κάτω δηλώσεων με τις λέξεις που σας δίνονται.

ανάγκες	προσδοκίες	παροχή	αξίας	δεδομένες	ανάλυση
---------	------------	--------	-------	-----------	---------

Η εταιρία Ford/ Jaguar ορίζει την ποιότητα ως την **παροχή** προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις **ανάγκες** και **προσδοκίες** των πελατών για τον κύκλο ζωής του προϊόντος ή υπηρεσίας, σε κόστος αντιπροσωπευτικό της **αξίας** του.

2. Η πιο κάτω παράγραφος αφορά στα πλεονεκτήματα της βελτίωσης της ποιότητας.  
Να συμπληρώσετε τα κενά των πιο κάτω δηλώσεων με τις λέξεις που σας δίνονται.

αποδοτικότητα	θετικό	αναθεώρηση	Βελτίωση	πιέζει	ικανοποιεί
---------------	--------	------------	----------	--------	------------

Η **βελτίωση** της ποιότητας μέσα στην επιχείρηση δημιουργεί **θετικό** εργασιακό περιβάλλον που **ικανοποιεί** τους εργαζομένους. Αυτό συνήθως οδηγεί σε μεγαλύτερη εργασιακή **αποδοτικότητα**.

3. Στις πιο κάτω προτάσεις να βάλετε σε κύκλο την **Ορθή λέξη** από τις υπογραμμισμένες λέξεις:

α) Προς αναγνώριση της προσφοράς του, οι Ιάπωνες θέσπισαν ετήσιο βραβείο ποιότητας με το όνομα του. Έγινε γνωστός μετά από μια τηλεοπτική εκπομπή με τίτλο «Αφού η Ιαπωνία μπορεί εμείς γιατί δεν μπορούμε;». Τζόζεφ Τζουράν / Ουίλιαμ Έντουαρντς Ντέμινγκ.

β) Ο Κρόσμπι έγραψε το 1979 το βιβλίο με τίτλο «Quality is free (η ποιότητα είναι δωρεάν)» στο οποίο προτείνει στις επιχειρήσεις να εισαγάγουν στις παραγωγικές τους διαδικασίες, προγράμματα που στοχεύουν στη επίτευξη μηδέν λαθών / βελτίωσης της ποιότητας.

γ) Σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση τα μενού και οι λίστες κρασιών είναι μερικά παραδείγματα μαλακής / σκληρής ποιότητας.

δ) Ο σημαντικότερος παράγοντας που καθορίζει το επίπεδο της μαλακής ποιότητας είναι ο πάροχος / πελάτης των υπηρεσιών, δηλαδή το προσωπικό της επιχείρησης.

4. Να απαντήσετε **Ορθό** ή **Λάθος** εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε, με τις ακόλουθες προτάσεις:

α) Εσωτερικοί πελάτες για μια μονάδα φιλοξενίας με φιλοσοφία Διοίκησης Ολικής Ποιότητας θεωρούνται οι μεγάλοι οργανωτές ταξιδιών (tour operators). **Λάθος**

β) Αξιόπιστο προϊόν είναι το προϊόν που εκτελεί την αποστολή του επαρκώς για τη σχεδιαζόμενη χρονική περίοδο και τις επικρατούσες λειτουργικές συνθήκες. **Ορθό**

γ) Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι η διατήρηση αποδόσεων που ξεπερνά τον μέσο όρο του κλάδου της επιχείρησης. Το πλεονέκτημα αυτό προκύπτει από τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος, που το καθιστούν ανώτερο των ανταγωνιστών. **Ορθό**

δ) Λανθάνουσες ανάγκες είναι οι ανάγκες που είναι κρυμμένες, που δεν γίνονται εύκολα αντιληπτές, που διαφεύγουν της προσοχής. **Ορθό**

5. Να απαντήσετε **Ορθό** ή **Λάθος** εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε, με τις ακόλουθες προτάσεις:

α) Η υπηρεσία δεν μπορεί να αποθηκευτεί σε αντίθεση με τα προϊόντα. Η αδυναμία αποθήκευσης δεν επιτρέπει τη δημιουργία και τη διατήρηση αποθεμάτων σε καταστάσεις διακύμανσης της αγοράς, κάτι που μπορεί να προκαλέσει προβλήματα κυρίως σε περιόδους υψηλής ζήτησης και ονομάζεται φθαρτότητα. **Ορθό**

β) Οι υπηρεσίες παράγονται, προσφέρονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα σε πραγματικό χρόνο μπροστά στον πελάτη. Αυτό το γεγονός δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να συμμετάσχει ενεργά στη διαμόρφωση της υπηρεσίας καθιστώντας τον σημαντικό μέρος της διαδικασίας και ταυτόχρονα «συνδημιουργό». Το χαρακτηριστικό αυτό ονομάζεται ετερογένεια . **Λάθος**

γ) Η κάθε περίπτωση προσφοράς μιας υπηρεσίας είναι διαφορετική με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μην μπορεί να την κοστολογήσει. Η περίπτωση αυτή αποτελεί δυσκολία στην κοστολόγηση. **Ορθό**

δ) Με την αγορά ενός υλικού προϊόντος ο πελάτης καθίσταται άμεσα ιδιοκτήτης και το κάνει κτήμα του. Στις υπηρεσίες δεν μπορεί να αποκτήσει την κυριότητα τους και αυτό ονομάζεται αϋλότητα. **Λάθος**

6. Να βάλετε σε κύκλο την **Ορθή** απάντηση.

Ποιος εισήγαγε πρώτος την θεωρία του «κάνε το σωστό από την πρώτη φορά»

α) Τζόσεφ Τζουράν

**β) Φίλιπ Κροσμπι**

γ) Ουίλιαμ Έντουαρτς Ντέμινγκ

δ) Γουόλτερ Στιούαρτ

7. Να βάλετε σε κύκλο την **Ορθή** απάντηση.

Η βελτίωση των κύριων διαδικασιών παραγωγής ενός προϊόντος ή παροχής υπηρεσίας έχει ως αποτέλεσμα

**α) Την μείωση των λαθών**

β) Περισσότερο εργατικό κόστος

γ) Αύξηση στα έξοδα για προβολή και προώθηση

δ) Περισσότερες πρώτες ύλες

8. Στον πίνακα που ακολουθεί, να συσχετίσετε τα τέσσερα βήματα υπηρεσιών στο τμήμα Υποδοχής με το αντίστοιχο είδος της ενέργειας.

Να γράψετε τις απαντήσεις σας στον πίνακα απαντήσεων.

	<b>ΒΗΜΑΤΑ</b>		<b>ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ</b>
1	Μεταβιβάστε θετική συμπεριφορά στους πελάτες	A	Άριστη γνώση των υπηρεσιών που προσφέρει το ξενοδοχείο
2	Προσδιορίστε τις ανάγκες των πελατών	B	Σωστή εμφάνιση, προσωπική υγιεινή, γλώσσα του σώματος
3	Εξασφαλίστε τα προϊόντα και υπηρεσίας στους πελάτες	Γ	Προγραμματίστε συνάντηση του πελάτη με τον Διευθυντή του τμήματος
4	Πετυχαίνετε το σκοπό σας με την επιστροφή των πελατών	Δ	Οι πελάτες επιστρέφουν στο ξενοδοχείο
		E	Να δεις τα πράγματα από την δική του πλευρά. «Να μπεις στα παπούτσια του»

1	2	3	4
<b>B</b>	<b>E</b>	<b>A</b>	<b>Δ</b>

9. Να συμπληρώσετε τα κενά στον πιο κάτω πίνακα, με τους αντίστοιχους τύπους υπηρεσιών όπως τους έχει εκφράσει ο Martin (1993).

Χάος	Ποιοτική	Ταχύτητα	Ομοιομορφία	Αποδιοργάνωση	Εμπορική
------	----------	----------	-------------	---------------	----------

ΤΥΠΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΤΥΠΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	ΜΗΝΥΜΑ ΠΡΟΣ ΠΕΛΑΤΕΣ
Εργοστασιακή	<b>Ταχύτητα</b> , επάρκεια, ομοιομορφία	Απάθεια, αδιαφορία, ψυχρότητα	«Είστε ένας αριθμός και είμαστε εδώ για να σας επεξεργαστούμε»
Αδιάφορη	Ασυνέπεια, <b>Χάος</b> , αποδιοργάνωση	Απάθεια, αδιαφορία, ψυχρότητα	«Δεν ενδιαφερόμαστε»
Ποιοτική	Ταχύτητα, επάρκεια, <b>Ομοιομορφία</b>	Φιλικότητα, ενδιαφέρον, διακριτικότητα	«Εμείς και ενδιαφερόμαστε και προσφέρουμε»
Φιλική	Ασυνέπεια, χάος, <b>αποδιοργάνωση</b>	Φιλικότητα, ενδιαφέρον, διακριτικότητα	«Προσπαθούμε αλλά στην πραγματικότητα δεν ξέρουμε τι κάνουμε»

10. Να συμπληρώσετε τις λέξεις στα πιο κάτω ακρωνύμια:

**Διοίκηση**

**Κρίσιμα**

**Ολικής**

**Σημεία**

Ποιότητας \_\_\_\_\_

Ελέγχου

11. Η τυποποίηση διαδικασιών στο εστιατόριο είναι σημαντικό να γίνει ώστε το προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία να έχει όσο το δυνατό μεγαλύτερη ομοιογένεια. Να γράψετε τέσσερις διαδικασίες οι οποίες μπορούν να τυποποιηθούν στο εστιατόριο.

**οι διαδικασίες στρωσίματος και παρουσίασης των τραπεζιών, η παρουσίαση των σκευών σερβιρίσματος, ο τρόπος σερβιρίσματος, ο απαιτούμενος χρόνος για την εξυπηρέτηση του πελάτη**

12. Στο παρακάτω σχήμα απεικονίζεται η Πυραμίδα των Ανθρώπινων Αναγκών του Μάσλου. Να συμπληρώσετε τις πιο κάτω λέξεις στα κενά με βάση τη σωστή ιεράρχηση: αυτοεκτίμηση, αυτοπραγμάτωση, επιβίωση, ασφάλεια.



**ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Α΄  
ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Β΄**

**ΜΕΡΟΣ Β΄ (Μονάδες 32)**

13. Ο Noriaki Kano (1940) είναι Ιάπωνας εκπαιδευτικός, λέκτορας, συγγραφέας και σύμβουλος στον τομέα της διαχείρισης ποιότητας. Είναι ο προγραμματιστής ενός μοντέλου ικανοποίησης πελατών που είναι γνωστό ως μοντέλο Kano.

α) Να ονομάσετε και να εξηγήσετε τις διαστάσεις της ποιότητας που καθορίζονται από τις ανάγκες των πελατών σε τρεις κατηγορίες (6 μονάδες).

I. Βασικές ανάγκες αφορούν στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών

θεωρείται δεδομένη από τον πελάτη. Οποιαδήποτε μη ικανοποίησή τους, οδηγεί στη δυσαρέσκεια του πελάτη αφού το επίπεδο της προσφερόμενης ποιότητας θα είναι πιο κάτω από αυτό που δηλώνει η επιχείρηση.

ii. Αναμενόμενες ανάγκες, τις γνωρίζει ο πελάτης και θέλει να τις ικανοποιήσει αλλά δεν τις θεωρεί πάντα απολύτως αναγκαίες. Η ικανοποίησή τους δεν διαφοροποιεί την επιχείρηση από τον ανταγωνισμό άρα δεν μπορεί και να προσελκύσει πελάτες.

III Συναρπαστική εμπειρία Πρέπει να είναι έκπληξη για τον πελάτη, κάτι που δεν θα το περιμένει και το οποίο θα του προκαλέσει το αίσθημα της ιδιαίτερης ικανοποίησης ή της απόλαυσης. Ποιο θα είναι αυτό το στοιχείο θα πρέπει να το προσδιορίσει η ίδια η επιχείρηση.

β) Να δώσετε ένα παράδειγμα για δύο από τις πιο πάνω κατηγορίες. (2 μονάδες)

I. Βασικές ανάγκες: Όταν ένας πελάτης πηγαίνει σε ένα ξενοδοχείο θεωρείται δεδομένο ότι θα υπάρχει κρεβάτι, κομοδίνο και καθρέφτης στο δωμάτιο .

II. Αναμενόμενες Ανάγκες: Μια τηλεόραση στο δωμάτιο του ξενοδοχείου ή βραστήρας νερού για ετοιμασία ζεστών ροφημάτων στο δωμάτιο είναι κάτι επιπλέον αλλά αναμενόμενο.

III. Συναρπαστική εμπειρία: . Η δυνατότητα να ρυθμίσει ο πελάτης ηλεκτρονικά τη σκληρότητα / μαλακότητα του κρεβατιού του.

14. Ο Γκρόνροος, ειδικός σε θέματα ποιότητας, υποστήριξε ότι υπάρχουν δύο διαστάσεις που επηρεάζουν την αντίληψη των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών



α) Να εξηγήσετε τις πιο κάτω διαστάσεις (4 μονάδες).

I. Τεχνική διάσταση

Η τεχνική διάσταση έχει ως αντικείμενο μελέτης της το «τι» παρέχεται στον πελάτη

II. Λειτουργική διάσταση

αναφέρεται στη διαδικασία παραγωγής της υπηρεσίας και συγκεκριμένα στον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες τη λαμβάνουν

β) Να δώσετε από δύο παραδείγματα για την κάθε διάσταση (4 μονάδες).

Παραδείγματα	Τεχνική Διάσταση	Λειτουργική Διάσταση
Παράδειγμα 1	διάφορα συστήματα οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας, τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για να παραχθούν οι υπηρεσίες και τα αγαθά,	χαρακτηριστικά όπως η ευγένεια, η εμπιστοσύνη, το ενδιαφέρον για τον πελάτη, οι στάσεις και οι συμπεριφορές του προσωπικού, η προθυμία εξυπηρέτησης,
Παράδειγμα 2	καθώς και τα μέσα δηλαδή οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός που χρησιμοποιούνται για	η ευκολία προσέγγισης του προσωπικού εξυπηρέτησης, καθώς και η όλη εμφάνιση και προσωπικότητα που επιδεικνύει το προσωπικό κατά την διάρκεια παράδοσης της υπηρεσίας

15. α) Να εξηγήσετε τη σημασία της παροχής ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών στο Τμήμα της Οροφοκομίας. (2 μονάδες)

Η ποιότητα υπηρεσιών σε μια ξενοδοχειακή μονάδα είναι άμεσα και στενά συνδεδεμένη με την ικανοποίηση των πελατών της, άρα και της δικής της επιτυχίας αφού η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί κλειδί για την μακροχρόνια επιβίωση της

β) Να εξηγήσετε τρία (3) ενδεικτικά βήματα ποιοτικής παροχής υπηρεσιών στο Τμήμα της Οροφοκομίας (6 μονάδες)

Μέγεθος , διακόσμηση , χρώματα, δωματίου. • Έπιπλα που συνάδουν με τον χώρο. • Καθαριότητα. • Ποιότητα στρώματος. • Λινά κρεβατιού. • Κλιματισμός. • Ευχάριστη θέα. • Όσο το δυνατό λιγότερη ενόχληση του πελάτη κατά τη διαδικασία καθαρισμού του δωματίου από τις καμαριέρες. • Συχνότητα αλλαγής λινών και πετσετών μπάνιου. • Συχνότητα καθαρισμού δωματίου. • Συμπεριφορά προσωπικού (φιλική διάθεση, ευγένεια, διακριτικότητα, σεβασμός, ενδιαφέρον, τιμιότητα, εχεμύθεια). • Λύσεις σε τυχόν προβλήματα. • Κάνουμε κάτι παραπάνω. • Υπερβάλλουμε εαυτό.

16. Σας δίνονται οι πέντε διαστάσεις της ποιότητας που χρησιμοποιεί το μοντέλο Σέρβκουολ: αξιοπιστία, διασφάλιση, υλικά στοιχεία, ενσυναίσθηση - εξατομίκευση, ανταπόκριση:

Διάσταση 1η : Αξιοπιστία

Διάσταση 2η : Διασφάλιση

Διάσταση 3η : Υλικά Στοιχεία

Διάσταση 4η : Ενσυναίσθηση - Εξατομίκευση

Διάσταση 5η : Ανταπόκριση

Να επιλέξετε τέσσερις (4) από τις πιο πάνω διαστάσεις και να τις εξηγήσετε σε συντομία. (8 μονάδες)

**Αξιοπιστία:** Η επιχείρηση τηρεί τις υποσχέσεις της προς τον πελάτη και παρέχει την υπηρεσία με ακρίβεια, όπως συμφωνήθηκε με τον πελάτη χωρίς λάθη από την πρώτη φορά και με συνέπεια, στο χρόνο που έχει συμφωνηθεί.

**Διασφάλιση:** Η συμπεριφορά των εργαζομένων δημιουργεί αίσθημα ασφάλειας και εμπιστοσύνης στον πελάτη προς την επιχείρηση. Οι εργαζόμενοι είναι πάντοτε ευγενικοί και έχουν τις απαραίτητες γνώσεις για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του πελάτη.

Υλικά στοιχεία: Οι εγκαταστάσεις, το σύνολο της υλικοτεχνικής υποδομής και του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται από την επιχείρηση. Σε αυτή την ποιοτική διάσταση συμπεριλαμβάνεται και ότι αφορά την εμφάνιση των εργαζομένων.

Ενσυναίσθηση – εξατομίκευση: Η επιχείρηση κατανοεί τα προβλήματα του πελάτη και παρέχει την υπηρεσία με σκοπό το μέγιστο δυνατό όφελος του. Αντιμετωπίζει με εξατομικευμένη προσοχή κάθε πελάτη παρέχοντας του προσωπική εξυπηρέτηση και φροντίδα. Επίσης ο πάροχος της υπηρεσίας αντιλαμβάνεται πως νιώθει ο πελάτης που εξυπηρετεί, και έχει την ικανότητα να μπει στη δική του θέση.

Ανταπόκριση: Οι εργαζόμενοι είναι πρόθυμοι να εξυπηρετήσουν τους πελάτες και να ανταποκριθούν άμεσα στα αιτήματά τους. Τους ενημερώνουν χωρίς καθυστέρηση για τον χρόνο εξυπηρέτησης και την πιθανή ύπαρξη λάθους ή προβλήματος που αφορά την υπηρεσία

## **ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Β΄ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Γ΄**

### **ΜΕΡΟΣ Γ΄ (Μονάδες 20)**

#### **17. Παραλιακό Ξενοδοχείο**

Ο σύζυγός μου και εγώ περάσαμε μία μέρα σε ένα παραλιακό ξενοδοχείο γνωστής αλυσίδας. Σύμφωνα με τους κανονισμούς του ξενοδοχείου, η εγγραφή (check in) στο δωμάτιο είναι στις 2 μ.μ. Φτάσαμε στο ξενοδοχείο πιο νωρίς, οπότε περάσαμε μια ώρα στην παραλία. Στις 2 μ.μ. επιστρέψαμε στο λόμπι του ξενοδοχείου για να κάνουμε την εγγραφή μας στο τμήμα υποδοχής και να παραλάβουμε τα κλειδιά του δωματίου.

Το προσωπικό του τμήματος υποδοχής μας είπε ότι υπάρχει μια μικρή καθυστέρηση και να περιμένουμε στο λόμπι του ξενοδοχείου. Αφού πέρασε μια ώρα, ο σύζυγός μου πήγε να ελέγξει αν το δωμάτιό μας ήταν έτοιμο. Μια εργαζόμενη στο τμήμα υποδοχής (η οποία αποδείχθηκε εκ των υστέρων ότι ήταν η διευθύντρια), εμφανώς εκνευρισμένη, απάντησε ότι δεν ήταν έτοιμο, και γυρνώντας την πλάτη της και μουρμουρίζοντας σε χαμηλό τόνο, αλλά αρκετά ξεκάθαρα, πρόσθεσε «Πρέπει να πιστεύουν ότι δεν έχουμε τίποτα άλλο να

κάνουμε». Πήγα κοντά της και της είπα, «το check in ήταν στις 2 μ.μ., είπες ότι θα υπάρξει μια μικρή καθυστέρηση, αλλά πέρασε ήδη μία ώρα από τις 2 μ.μ. και έχετε το θράσος να πείτε ότι πιστεύουμε πως δεν έχετε τίποτα άλλο να κάνετε! Αν δεν μας δείξετε στο δωμάτιό μας αυτή τη στιγμή, θα αλλάξουμε ρούχα στο λόμπι.» Ένα άλλο ζευγάρι συμφώνησε μαζί μας επειδή είχαν υποστεί την ίδια μεταχείριση. Η εργαζόμενη στο τμήμα υποδοχής πρότεινε να μας δώσει ένα δωμάτιο, το οποίο δεν είχε καθαριστεί ακόμα, αλλά η καμαριέρα ήταν ήδη στο διάδρομο και θα το καθάριζε άμεσα. Αφού πήγαμε στο δωμάτιο διαπιστώσαμε ότι δεν υπήρχε καμαριέρα σε ολόκληρο τον όροφο και μετά από αναμονή 30 λεπτών, κάλεσα την υποδοχή. Η καμαριέρα εμφανίστηκε 10 λεπτά αργότερα.

Το επόμενο πρωί, η διευθύντρια με πήρε τηλέφωνο και μου πρόσφερε μια αστεία μείωση 20€ ευρώ στον λογαριασμό μου. Έκανα γραπτό παράπονο στη μητρική εταιρεία του ξενοδοχείου και μερικές εβδομάδες αργότερα μου έστειλαν ένα κουπόνι για μια δωρεάν διανυκτέρευση. Μου είπαν επίσης ότι η διευθύντρια δεν εργαζόταν πλέον στην αλυσίδα των ξενοδοχείων τους.

α) Να καταγράψετε πέντε (5) λάθη στα οποία έχει υποπέσει το συγκεκριμένο ξενοδοχείο και τα οποία σχετίζονται με την ποιότητα παροχής υπηρεσιών. (2.5 μονάδες)

- I. Καθυστέρηση παραλαβής δωματίου
- II. Μετά από μία ώρα δεν ήταν ακόμα έτοιμο
- III. Αγένεια διευθυντριάς τμήματος υποδοχής
- IV. Δωμάτιο ακαθάριστο
- V. Καθυστέρηση καμαριέρας
- VI. Μείωση 20 ευρώ στο λογαριασμό δωματίου
- VII. Καθυστέρηση στην απάντηση του δωματίου

β) Να αναφέρετε πέντε (5) τρόπους βελτίωσης της ποιότητας παροχής υπηρεσιών που θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο παραλιακό ξενοδοχείο για τα λάθη που έκανε (2.5 μονάδες).

- I. Προσφορά ροφήματος κατά την αναμονή στο λόμπι
- II. Εκπαίδευση προσωπικού πρώτης γραμμής στην εξυπηρέτηση πελατών
- III. Καλύτερος συντονισμός εργασιών
- IV. Προσφορά δωρεάν γεύματος στο εστιατόριο
- V. Έγκαιρη ανταπόκριση στην διαχείριση παραπόνων

γ) Να αναφέρετε πέντε (5) οφέλη από την εφαρμογή του συστήματος ISO 10002:2018 το οποίο σχετίζεται με τη διαχείριση παραπόνων. (5 μονάδες)

- **Αυξάνεται η εμπιστοσύνη των πελατών προς την επιχείρηση.**
- **Βελτιώνεται η αποδοτικότητα του προσωπικού.**
- **Βελτιώνονται οι σχέσεις του προσωπικού και της επιχείρησης με τους πελάτες.**
- **Δημιουργείται μια τάση συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και κατ' επέκταση της ικανοποίησης του πελάτη.**
- **Εδραιώνεται η διαφάνεια στις πραγματικές αιτίες που προκαλούν τα παράπονα.**
- **Δίνεται η δυνατότητα ανασκόπησης των παραπόνων και επιθεώρησης των αποτελεσμάτων.**
- **Το πρότυπο ISO 10002:2018 συγχρονίζεται με το πρότυπο ποιότητας ISO 9001 και τα πρότυπα ISO 10001, ISO 10003 και ISO 10004 που μαζί συνθέτουν ένα ευρύτερο πλαίσιο εργασίας για βελτιωμένη ικανοποίηση των πελατών μέσω κωδίκων συμπεριφοράς, διεκπεραίωσης παραπόνων, επίλυσης διαφορών και παρακολούθησης και μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών.**

## 18. Παράπονο κ. Σίνγκ Μπάν

Ονομάζομαι Σίνγκ Μπάν και τη δεκαετία του '80 ταξίδευα με την αεροπορική εταιρεία της Σιγκαπούρης από τη Βομβάη στη Σιγκαπούρη που ήταν σπάνιο φαινόμενο για Ινδό. Ως αυστηρά χορτοφάγος είχα ζητήσει από την αεροπορική εταιρεία, και μου επιβεβαίωσαν ότι θα κανονιστεί, ένα ασιατικό χορτοφαγικό γεύμα.

Ωστόσο, η αεροπορική εταιρεία ξέχασε να μου προσφέρει το γεύμα και όταν το συνειδητοποίησαν, η αεροσυνοδός απολογήθηκε γι 'αυτό. Στη συνέχεια πήγε και ενημέρωσε τον καπετάνιο που επίσης βγήκε και ζήτησε συγγνώμη. Μετά από αυτό, η αεροσυνοδός μαγείρεψε λίγο ρύζι και έκοψε μερικά φρούτα που έφερε για τον εαυτό της και μου τα πρόσφερε.

Μόλις έφτασα στο αεροδρόμιο, ο υπεύθυνος εξυπηρέτησης πελατών της αεροπορικής εταιρείας με περίμενε και μου ζήτησε προσωπικά συγγνώμη. Στη συνέχεια φρόντισαν για τις αποσκευές μου και μια λιμουζίνα με μετέφερε στο ξενοδοχείο μου.

Κατά την επιστροφή μου στη Βομβάη, η θέση μου στην πτήση αναβαθμίστηκε σε πρώτη θέση και το πλήρωμα καμπίνας ενημερώθηκε τι είχε συμβεί και με φρόντισαν ιδιαίτερα.

Μόλις έφτασα στο γραφείο μου στη Βομβάη, η αεροπορική εταιρεία της Σιγκαπούρης μου έστειλε ένα τεράστιο κουτί με σοκολάτες και ο επαρχιακός διευθυντής της εταιρείας ήρθε στο γραφείο μου για να ζητήσει προσωπικά συγγνώμη.

Δεν μπορεί να υπάρξει καλύτερο παράδειγμα «να κάνετε το κάτι παραπάνω» από αυτό.

α) Να καταγράψετε το λάθος στο οποίο έχει υποπέσει η συγκεκριμένη αεροπορική εταιρεία και το οποίο σχετιζόταν με την ποιότητα παροχής υπηρεσιών. (2 μονάδες)

I. **Δεν προσφέρθηκε το ασιατικό χορτοφαγικό γεύμα που ζήτησε ο πελάτης**

β) Να αναφέρετε τέσσερις (4) τρόπους βελτίωσης της ποιότητας παροχής υπηρεσιών που χρησιμοποίησε η συγκεκριμένη αεροπορική εταιρεία για το λάθος που έκανε με τον κ. Μπάν. (4 μονάδες)

I. **Απολογία από την αεροσυνοδό**

II. **Απολογία από τον καπετάνιο**

III. **Προσφορά ρυζιού και φρούτων**

IV. **Παραλαβή από το αεροδρόμιο και μεταφορά στο ξενοδοχείο**

V. **Αναβάθμιση θέσης**

VI. **Κουτί με σοκολάτες**

VII. **Απολογία από τον επαρχιακό διευθυντή**

γ) Η αεροπορική εταιρεία της Σιγκαπούρης είναι επιτυχημένη επειδή εφαρμόζει συγκριτική αξιολόγηση επιδόσεων (μπέντσμαρκινγκ). Να αναφέρετε τέσσερα (4) πλεονεκτήματα της συγκριτικής αξιολόγησης επιδόσεων. (4 μονάδες)

I. **Η επιχείρηση μπαίνει σε θέση κατά την οποία αντιλαμβάνεται καλύτερα τον ανταγωνισμό, μέσω του εντοπισμού άλλων επιχειρήσεων που εφαρμόζουν διαδικασίες με υψηλότερες επιδόσεις.**

II. **Ένα πρόγραμμα Μπέντσμαρκινγκ δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να αντιληφθεί την πραγματική της θέση μέσα στην υπόλοιπη επιχειρηματική κοινότητα. Αυτό βοηθά την προσπάθεια της για αλλαγές και ανάπτυξη σχεδίων δράσης.**

III. **Η επιχείρηση εντοπίζει τους παράγοντες που προκαλούν μείωση της απόδοσης της. Αυτό της δίνει το πλεονέκτημα να τους απομονώσει και να τους μελετήσει καλύτερα με σκοπό την αποτελεσματικότερη διαχείριση τους.**

IV. **Συμβάλει στη μέτρηση της απόδοσης της επιχείρησης για την χρονική περίοδο που διενεργείται η σύγκριση.**

V. **Αποταμιεύεται τεχνογνωσία και εμπειρία τόσο στην ανάπτυξη σχεδίων δράσης όσο και ορθής στοχοθέτησης.**

VI. **Λόγω του γεγονότος ότι το Μπέντσμαρκινγκ είναι μία δυναμική διαδικασία κατά την οποία διενεργούνται συνεχείς αξιολογήσεις μεθόδων και διαδικασιών, αποκτάται χρήσιμη γνώση και εμπειρία στον τομέα της αξιολόγησης.**

VII. **Επιπλέον το Μπέντσμαρκινγκ προωθεί την ανάπτυξη μιας φιλοσοφίας συνεχούς απόκτησης γνώσεων και ενσωμάτωσης της φιλοσοφίας αυτής στη κουλτούρα της επιχείρησης.**

- VIII. Σημαντικό όφελος αποτελεί επίσης η εισαγωγή της καινοτομίας και της δημιουργικότητας στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης φιλοξενίας και ιδιαίτερα στον στρατηγικό σχεδιασμό, απεγκλωβίζοντας ιδέες και αναζητώντας τρόπους βελτίωσης πέραν της συγκεκριμένης επιχείρησης. Η πρόκληση βρίσκεται στη σταθερή αναζήτηση νέων ιδεών και στον τρόπο προσαρμογής τους στο ιδιαίτερο περιβάλλον της επιχείρησης.
- IX. Μέσω των διαδικασιών του Μπέντσμαρκινγκ εντοπίζονται ευκαιρίες για βελτίωση που εμφανίζονται σε κάθε επιχειρηματικό περιβάλλον, γεγονός που ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.
- X. Αποφεύγεται η σπατάλη πόρων αφού δεν γίνονται επενδύσεις σε κάτι που δεν δοκιμάστηκε από άλλους. Το να μαθαίνεις από τους άριστους είναι μια πιο ασφαλισμένη οδός.
- XI. Οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να εξετάσουν τις καθιερωμένες διαδικασίες που χρησιμοποιούν, γεγονός που οδηγεί σε βελτίωση τους.

**ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ**