



**Міністерство освіти і науки України**  
**ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет управління торговельно-підприємницької та митної діяльності**  
**Кафедра торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи**

**Л.В. Татар, Д.М. Одарченко, А.І. Кудряшов**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

**Курс лекцій**

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**денної (заочної) форми здобуття освіти**  
**за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа**

**Харків**

**2024**

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю

Кафедра торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи

Л.В. Татар, Д.М. Одарченко, А.І. Кудряшов

**ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

Курс лекцій

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
денної (заочної) форми здобуття освіти  
за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа**

Затверджено  
рішенням Науково-методичної ради факультету  
управління торговельно-підприємницькою  
та митною діяльністю  
Протокол № 5  
від «28» квітня 2024 р.

Харків  
2024

УДК 640.4(042.4)  
Т 23

Схвалено  
на засіданні кафедри торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи  
Протокол № 11 від «08» лютого 2024 р.

**Рецензенти:**

**Т.В. Карбівнича**, кандидат техн. наук, доцент кафедри торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи Державного біотехнологічного університету

Т 23      Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної (заочної) форми здобуття освіти за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа / Л.В. Татар, Д.М. Одарченко, А.І. Кудряшов / – Електрон. дані. – Х. : ДБТУ, 2024. – 84 с.

Курс лекцій з дисципліни «Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг» складений відповідно до програми навчальної дисципліни. В курсі подано організацію забезпечення функціонування закладів готельного та ресторанного бізнесу. Розглянуті питання особливості управління готельно-ресторанним бізнесом, організації обслуговування, постачання, логістичної діяльності закладів сфери послуг. Висвітлено питання управління підприємствами індустрії гостинності з застосування інформаційних технологій та автоматизації процесів виробництва.

Призначено для викладачів, аспірантів, здобувачів закладів вищої освіти, які здійснюють підготовку фахівців у галузі готельного та ресторанного бізнесу.

**УДК 640.4(042.4)**

**Відповідальний за випуск: Л.В. Татар**, кандидат технічних наук, ст. викладач

© Татар Л.В., Одарченко Д.М., Кудряшов А.І., 2024  
© ДБТУ, 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>		<b>5</b>
Тема 1	Готельно-ресторанний бізнес: сутність та особливості управління	6
Тема 2	Законодавча, нормативна та правова база готельно-ресторанного господарства	10
Тема 3	Класифікація підприємств готельного господарства та функціональна організація їх приміщень	17
Тема 4.	Організація житлових і нежитлових груп приміщень підприємств готельного господарства	24
Тема 5	Організація сучасних систем бронювання місць у готелях	33
Тема 6	Організація обслуговування на підприємствах готельного господарства	37
Тема 7	Організація постачання та логістична діяльність закладів ресторанного господарства	41
Тема 8	Експлуатаційна програма готелю. Виробнича програма та товарооборот ресторану	43
Тема 9	Трудові ресурси, доходи та цінова політика готелів і ресторанів	48
Тема 10	Технологічне обладнання. Підбір технологічного обладнання підприємств ресторанного господарства	54
Тема 11	Процеси системи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві	59
Тема 12	Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства	65
Тема 13	Інформаційні технології та автоматизація процесів управління підприємствами індустрії гостинності	70
Тема 14	Барна справа та організація роботи сомельє	73
Тема 15	Бізнес планування в готельно-ресторанному бізнесу	76
Список рекомендованої літератури		83

## ВСТУП

Навчальна дисципліна «Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг» спрямована на формування у здобувачів освіти фахових компетентностей, розуміння організації та управління закладами сфери послуг, злагодженого функціонування всіх його підрозділів, організації праці на підприємстві.

Метою дисципліни «Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг» є формування спеціальних професійних знань у здобувачів освіти з теоретичних засад організації та функціонування підприємств індустрії гостинності, розвиток навичок пізнавальної діяльності в сфері гостинності.

Основні завданнями дисципліни «Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг»:

- використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів і діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанных послуг;
- сформувати розуміння принципів, процесів і технології організації роботи підприємств індустрії гостинності;
- організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанных послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- оцінювати та застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

Основним видом занять на яких базується вивчення навчальної дисципліни є проведення лекції, які сприяють активізації творчої діяльності здобувачів, спонукають до творчої, активної і напруженої праці, розвивають мислення, активізують пошукову та дослідницьку діяльність. Навчальний план дисципліни передбачає самостійне вивчення окремих тем, що посилює самодисципліну здобувачів, сприяє активізації їх творчої діяльності, розвиває мислення, привчає до відповідальності і самоконтролю, активізує пошукову та дослідницьку діяльність.

Опорний конспект складено відповідно до програми дисципліни «Організація забезпечення функціонування закладів сфери послуг» для здобувачів денної та заочної форм здобуття освіти ступеню вищої освіти бакалавр спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа.

# Тема 1. Готельно-ресторанний бізнес: сутність та особливості управління

## Питання теми

- 1.1. Підходи до управління готельно-ресторанним бізнесом.
- 1.2. Принципи управління готельно-ресторанним бізнесом.
- 1.3. Сучасний стан та тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу України.
- 1.4. Напрями забезпечення ефективного управління готельно-ресторанним бізнесом на мікро- та макрорівнях.

### **1.1 Підходи до управління готельно-ресторанним бізнесом**

В сучасних умовах господарювання, які характеризуються високим рівнем динамізму діяльності, наявністю руйнівних впливів некерованих зовнішніх чинників (котрі можна віднести до категорії форс-мажорних обставин), наявністю непереборних обмежень, які становлять бар'єри як для споживачів послуг харчування та послуг розміщення, так і для закладів гостинності, важливим є вибір ефективного підходу до управління готельно-ресторанним бізнесом.

Основна ідея вибору певного підходу до управління готельно-ресторанним бізнесом - максимально-повне, глобальне врахування індивідуальних особливостей суб'єктів та об'єктів бізнесу, а також його відповідність зовнішнім умовам діяльності.

Для управління готельно-ресторанним бізнесом доступними є наступні альтернативні підходи:

1. *Ситуаційний підхід*. Головна вимога при виборі такого підходу – гнучкість управління та швидкість реакцій на зміни у середовищі для максимальної адаптації.

2. *Функціональний підхід*. Особливість функціонального підходу – змінний характер складових.

3. *Основа маркетингового підходу* – забезпечення «5Р маркетингу» як основи управлінських впливів.

4. *Нормативний підхід*. Передбачає встановлення керуючою системою нормативів діяльності, дотримання яких є головним в реалізації ключових функцій об'єктів управління.

5. *Системний підхід*. Система управління повинна охоплювати комплекс процесів, який орієнтований на досягнення кінцевого результату – підвищення ефективності діяльності підрозділів, персоналу і підприємства.

6. *Менеджерський підхід*. Процес управління є циклічно впорядкованою сукупністю управлінських дій із реалізації зазначених функцій як інструментів досягнення цілей.

7. *Цільовий підхід*. Важливою компонентою для реалізації даного підходу є якісна побудова системи цілей готельно-ресторанного бізнесу та їх поділ за часовою ознакою на поточні (короткострокові), середньострокові та довгострокові.

8. *Інноваційний підхід*. Передбачає фокус уваги суб'єктів управління на новаціях, реалізації принципово-нових способів та методів управління та способів і методів сервісної діяльності, орієнтованих на ресурсозбереження, концепцію ощадливого виробництва та залучення споживачів, які прагнуть до задоволення традиційних потреб якісно-новими способами.

9. *Комплексний підхід* повинен враховувати технічні, технологічні, психологічні, економічні, організаційні, екологічні та інші аспекти забезпечення та їх взаємозв'язок, щоб здійснювати ефективну виробничу та сервісну діяльність із надання основних та додаткових послуг ресторанного та готельного спрямування.

### ***1.2 Принципи управління готельно-ресторанним бізнесом***

При формуванні та реалізації управління готельно-ресторанним бізнесом потрібно дотримуватися ряду принципів, які забезпечують якість та дієвість процесу і змісту управлінської діяльності. Основні принципи управління готельно-ресторанним бізнесом можна звести до наступного переліку:

- безперервність - означає постійність та послідовність реалізації управлінського впливу для досягнення намічених цілей;

- цілеспрямованість - орієнтація будь-якої управлінської дії, управлінського впливу на досягнення цілей готельно-ресторанного бізнесу.

Реалізація принципів управління готельно-ресторанним бізнесом має бути орієнтована на наступні пріоритети:

1. Забезпечення високої якості продукції та послуг які надаються підприємствами, а також високого рівня сервісної діяльності.

2. Дотримання концепції ощадливого виробництва з урахуванням логістичного підходу до організації постачання ресурсів та максимальної віддачі всіх видів цінностей.

3. Оптимізація витрат на забезпечення діяльності підприємств готельно-ресторанної сфери.

4. Безперервне навчання персоналу, підвищення його компетентності та опанування сучасних, актуальних прийомів сервісної діяльності.

### ***1.3 Сучасний стан та тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу України***

Готельно-ресторанний бізнес згідно з чинною класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) України ідентифікується як «тимчасове розміщування й організація харчування» (рис 1.1).

Основними конкурентами для великих підприємств готельного бізнесу за останні роки є фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які пропонують повний спектр готельних послуг у міні-готелях чи приватних квартирах, будинках.



Рисунок 1.1. Класифікація видів економічної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства

З великою кількістю викликів стікається сучасний бізнес, якщо раніше єдиною проблемою підприємців були конкуренти та державні вимоги, то останні роки додаються нестандартні ситуації, такі як пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення РФ в Україну, під час якого відвідування закладів ресторанного господарства відійшло на другий план. Наразі ми можемо бачити різкий розподіл прибутків у ресторанному бізнесі України, залежно від регіону. Загалом немає великого попиту на приміщення під ресторани в жодному з міст України.

Найбільш інтенсивно розвивався ресторанний ринок у Львові – понад 500 нових закладів області із початку війни. Це проявляється і тим, що ресторани інвестори почали розглядати міста Західної України як вигідніші для запуску нового бізнесу.

Щодо експансії за кордон, то таких прикладів поки що небагато. Близько третини (28%) представників українського малого та середнього бізнесу вже розширили свою діяльність на закордонного споживача.

У той час як український малий та середній бізнес шукає шляхи повернення до повноцінної роботи та продовження розвитку серед головних потреб підприємці відзначають брак нових замовлень та ринків збуту (56%), засобів розвитку (33%) та необхідність допомоги з логістикою (23%).

#### **1.4 Напрями забезпечення ефективного управління готельно-ресторанним бізнесом на мікро- та макрорівнях**

На мікрорівні – рівні менеджменту кожного окремого підприємства готельно-ресторанного бізнесу окремої області/регіону доцільним є впровадження наступних заходів: максимальна диверсифікація надання послуг



підприємствами; зростання якості надання послуг; забезпечення максимізації ефективності організації бізнес-процесів; використання концепції маркетингу; постійний розвиток персоналу, професійна підготовка та перепідготовка працівників.

На макрорівні та на рівні регіонального управління окремої області/регіону доцільним є впровадження ряду стратегічно-орієнтованих заходів із пролонгованим характером, до яких можна віднести:

- удосконалення нормативно-правової бази функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні;
- підвищення ролі контролю та активізація контролюючих органів щодо дотримання параметрів якості діяльності готельно-ресторанного бізнесу та норм антимонопольного законодавства;
- налагоджування системи надходження достовірної статистичної звітності щодо результатів діяльності готельно-ресторанного бізнесу на рівні держави та регіонів;
- розвиток наукового підґрунтя функціонування готельно-ресторанного бізнесу в Україні, стимулювання освітньої діяльності як бази для підготовки кадрів для готельно-ресторанного бізнесу;
- створення спеціального режиму оподаткування для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, в т.ч. тих, що функціонують із участю іноземного капіталу;
- розробка реалістичних програм розвитку готельно-ресторанного бізнесу, їх прив'язка до реальних потреб підприємств даної сфери господарювання та потреб промисловості регіону.

### **Питання для самоконтролю**

1. Сутність готельно-ресторанного бізнесу та його інтегрованість у бізнес-систему.
2. Надати характеристику моделі процесів надання основних послуг у закладах готельно-ресторанного бізнесу. У чому полягають її особливості для споживача та виробника?
3. Що таке управління готельно-ресторанним бізнесом?
4. Маркетинговий підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом та його особливості.
5. Системний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом та його особливості.
6. Цільовий підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом та його особливості.
7. Комплексний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом та його особливості.
8. Що таке принципи управління готельно-ресторанним бізнесом? Перерахуйте основні з них. Чи є принципи управління готельно-ресторанним бізнесом взаємовиключними процесами?
9. Назвіть перспективні напрями забезпечення ефективного управління готельно-ресторанним бізнесом на мікро- та макрорівнях.

## **Тема 2. Законодавча, нормативна та правова база готельно-ресторанного господарства**

План теми:

- 2.1. Закони та законодавчі акти, що регулюють готельну індустрію.
- 2.2. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії в Україні.
- 2.3. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу.

### **2.1. Закони та законодавчі акти, що регулюють готельну індустрію**

Аналіз правової координації ділових рішень підприємств готельного господарства та регулювання їх діяльності дає змогу згрупувати всю регуляторну документацію за декількома напрямками: Закони України; нормативно-правові та регуляторні акти; державні стандарти; інша нормативно-технічна документація.

Діяльність суб'єктів готельного господарства регламентується нормативно-правовими актами. Закони України в чинних редакціях:

- “Про туризм” від 4 листопада 2018р. № 324/95-ВР;
- “Про підприємництво” від 5 квітня 2015р. № 698-ХІІ;
- “Про захист прав споживачів” від 15 грудня 1993р. №3682 - ХІІ;
- “Про стандартизацію” від 5 червня 2014р. №1315-УІІ;

Національні стандарти України:

- ДСТУ 4268-2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги”;

- ДСТУ 4269-2003 “Послуги туристичні. Класифікація готелів”;

- ДСТУ 4527-2006 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення”.

- ДСТУ ISO 9000-2001 “Система управління якістю. Основні принципи і словник”;

ДСТУ ISO 9004-2-96 “Управління якістю та елементи системи якості”  
Частина 2. Настанови щодо послуг.

Постанови та інші нормативно-правові акти:

- Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004р. №19;

- Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджений Постановою КМУ від 15.03.2006р. №297;

- Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджений Постановою КМУ від 29.07.2009р. №803.

Органами, що здійснюють регулювання в галузі туризму та готельного господарства є:

- Верховна Рада України
- Кабінет Міністрів України
- Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства

- Центральні органи виконавчої влади у галузі
- Місцеві державні адміністрації
- Органи місцевого самоврядування
- Інші органи в межах компетенції

## **2.2. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії в Україні**

Існуючі нормативно-правові та законодавчі акти України в галузі надання послуг з тимчасового розміщення направлені на створення сучасної бази ефективного функціонування закладів розміщення та набуття ними стійкої міжнародної конкурентоспроможності.

Метою правового регулювання діяльності з надання готельних послуг є створення сприятливих умов для підвищення якісних критеріїв функціонування засобів розміщення, адаптація їх до особливостей ринкової економіки та міжнародної конкуренції; формування основи для цивілізаційної організації готельного господарства за міжнародними стандартами галузі; захист прав та законних інтересів учасників індустрії гостинності тощо.

Правові основи функціонування підприємств готельного господарства України поширюються на елементи технології виробництва, організації та реалізації готельних послуг. Важливе значення для функціонування підприємств готельного господарства належить стандартизації та сертифікації готельних послуг. Стандарт – це нормативний документ, розроблений на основі консенсусу та затверджений уповноваженим органом, що встановлює комплекс норм, правил, вимог, яким повинна відповідати певна продукція чи послуга.

На сучасному етапі здійснення готельної діяльності відповідно до міждержавних стандартів є запорукою успішного позиціонування готелів на міжнародному ринку готельних послуг. У сфері готельного господарства застосовують міждержавні стандарти ISO 9000, для забезпечення якості послуг необхідна:

- відповідна матеріальна база готельного підприємства;
- кваліфікований персонал;
- раціонально обґрунтована організаційно-функціональна структура, чітке управління підприємством, зокрема, управлінням якістю обслуговування.

Сертифікація – одна з форм підтвердження відповідності об'єктів вимогам технічних регламентів, положенням стандартів та умовам договорів. Вона може бути обов'язковою і добровільною.

В Україні відповідно до статті 19 Закону України «Про туризм» № 324/95 фактично запроваджена обов'язкова категоризація готелів і забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії, на що було звернено увагу в листі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.11.2013 р. № 1462-07/06.

Категорії готелям установлюються за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) щодо безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна й охорони навколишнього середовища.

Готелям встановлюються такі категорії: “п’ять зірок”, “чотири зірки”, “три зірки”, “дві зірки” та “одна зірка”. Іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), у тому числі мотелям, пансіонатам, будинкам відпочинку, туристичним базам, кемпінгам, категорія встановлюється за рівнем обслуговування в них (перший, другий, третій, четвертий та відповідно п’ятий рівні).

В Україні істотно не вистачає конкретного нормативно-правового забезпечення. Наразі діяльність готельного господарства регламентується Законом України “Про туризм”, в якому мова йде в основному про діяльність туроператорів. Прийняття Закону України про готельне господарство дозволило б розвинути готельну індустрію за рахунок залучення в цю сферу більшої кількості фізичних осіб підприємців.

Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен мати відповідну професійну підготовку, володіти іноземними мовами в необхідному обсязі в залежності від категорії готелю, додержуватись правил службового етикету, повинен проходити медичне обстеження, результати якого відображаються в особових медичних книжках. Особова медична книжка пред’являється для контролю на вимогу представників установ державної санітарно-епідеміологічної служби. Також Правилами встановлені види послуг, які має право надавати готель, а саме: основні та додаткові. Готель самостійно визначає перелік, ціну основних послуг (які входять у ціну номера) і додаткових послуг.

Необхідно відзначити, що безпосередньо надання послуг з проживання постояльців ліцензуванню не підлягає. Однак готелі можуть проводити деякі види діяльності, на які потрібно придбати ліцензію. Зокрема, це відноситься до операцій продажу алкоголю, на яку необхідно отримати ліцензію на роздрібну торгівлю.

### ***2.3. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу***

Готельно-ресторанний бізнес як складова туристичної індустрії відіграє ґрунтовне інституціональне значення для розвитку соціально-економічних та культурно-просвітницьких зв’язків на макро- і мікрорівнях. Цю складну місію можна віднести до сфери відповідальності державних структур, адже вони у процесі своєї діяльності покликані забезпечувати економічне процвітання та добробут населення держави через захист особистих і професійних інтересів громадян, гостей міст і населених пунктів.

Забезпечення фінансової стійкості підприємств сфери гостинності неможливе без ґрунтовної та якісної нормативно-правової бази, яка б повною мірою регулювала та встановлювала правила та обов’язки усіх учасників ринку готельно-ресторанних та туристичних послуг.

На сьогоднішній день, інтенсифікація процесів у готельно-ресторанному і туристичному бізнесі відбувається під впливом численних внутрішніх і зовнішніх факторів, що загострюють існуючі проблеми, заважають розвитку

сфери гостинності та вимагають застосування дієвого специфічного інструментарію, що адаптований до сучасних умов управління. Отже, обґрунтування необхідності удосконалення нормативно-правового забезпечення готельно-ресторанного і туристичного бізнесу повинно базуватися на факторному аналізі інтенсифікації розвитку підприємств в індустрії гостинності (рис. 2.1).

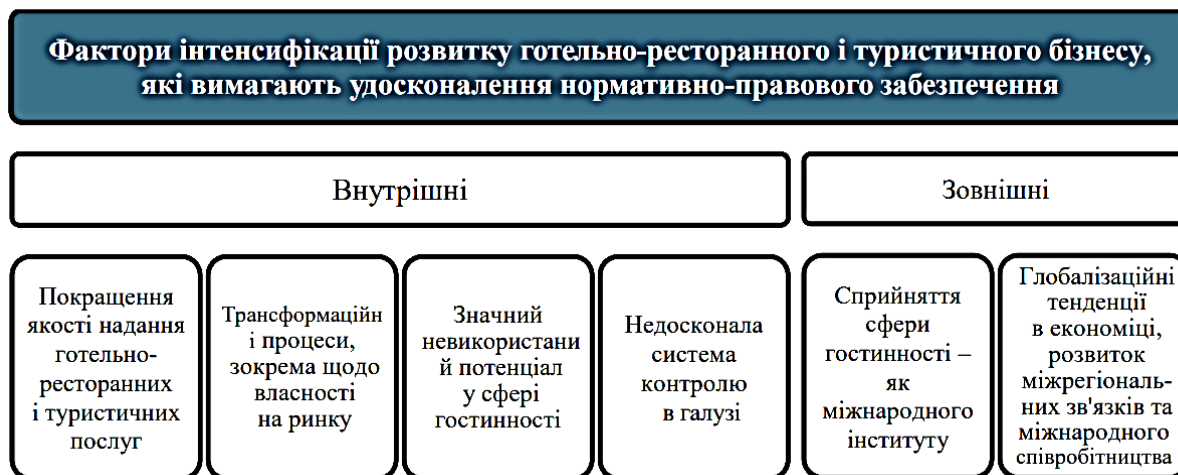


Рисунок 2.1. Фактори інтенсифікації розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Нормативно-законодавчу та регуляторну документацію нормативно-правового поля діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу можна згрупувати за кількома напрямками (рис. 2.2).

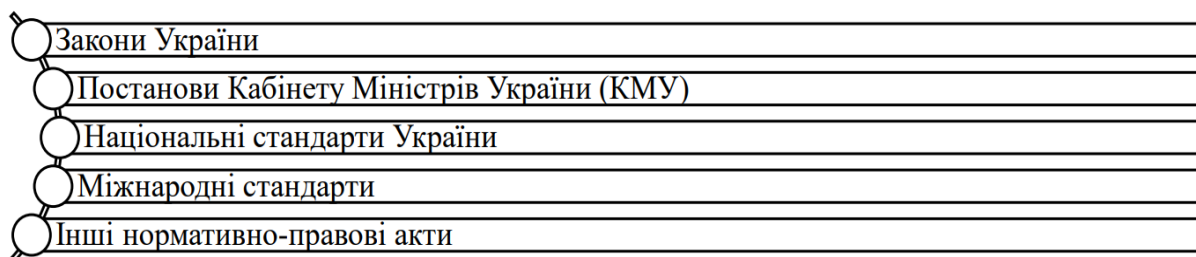


Рисунок 2.2. Нормативно-законодавча регуляторна документація підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Серед Законів України, що забезпечують регулювання основних аспектів господарської діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу є Цивільний і Господарський кодекси України – кодифіковані нормативні акти (закони), які регулюють основні відносини учасників ринку готельно-ресторанних і туристичних послуг. Крім цього, ключові аспекти функціонування підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу визначають Закони України (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Закони України, що регулюють діяльність підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Назва Закону	Опис
Цивільний кодекс України	Цивільний кодекс України є кодифікованим нормативним актом (законом) яким регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), учасниками яких є фізичні та юридичні особи, Держава Україна, територіальні громади, іноземні держави та інші суб'єкти публічного права. В тому числі, даним Законом врегульовуються немайнові та майнові відносини під час надавання послуг підприємствами готельно-ресторанного і туристичного бізнесу.
Господарський кодекс України	Господарський кодекс України встановлює правові основи господарської діяльності, яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Закон забезпечує зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва, підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість, утворює суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяє гармонізації її з іншими економічними системами.
Про туризм	Закон визначає загальні правові, організаційні та соціальноекономічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей.
Про стандартизацію	Закон встановлює правові та організаційні засади стандартизації в Україні і спрямований на забезпечення єдиної технічної політики у цій сфері.
Про курорти	Закон визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні та спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів, які є надбанням народу України, та їх охорони.
Про технічні регламенти та оцінку відповідності	Закон визначає правові та організаційні засади розроблення, прийняття та застосування технічних регламентів і передбачених ними процедур оцінки відповідності, а також здійснення добровільної оцінки відповідності.
Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів	Закон регулює відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться та/або вивозяться на митну територію України.
Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення	Закон регулює суспільні відносини, які виникають у сфері забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя, визначає відповідні права і обов'язки державних органів, підприємств, установ, організацій та громадян, встановлює порядок організації державної санітарно-епідеміологічної служби і здійснення державного санітарно-епідеміологічного нагляду в Україні.
Про захист прав споживачів	Закон регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів.

Серед постанов Кабінету Міністрів України, що регулюють діяльність суб'єктів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу базовими можна визначити «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», «Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури» та «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Постанови Кабінету міністрів України, що регулюють діяльність підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Тип	Назва	Опис
Постанова Кабінету Міністрів України (КМУ)	Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [2]	Порядок визначає процедуру встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання).
	Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури [3]	Порядок визначає процедуру доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та його категорію.
	Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [4]	Порядок регулює питання надання юридичними та фізичними особами послуг з тимчасового розміщення (проживання).

Вимоги до функціонування закладів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу встановлюють національні стандарти України – ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства», ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (табл. 2.3).

Роботи з оцінювання готелів, визначення їх категорії виконуються відповідно до вимог ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Стандарт визначає класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщування за категоріями, а також вимоги до них. Категорію готелю зазначають на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці гостя та в рекламних документах.

Крім державних стандартів, обов'язковими є державні будівельні норми ДБН В.2.2-9:2018, ДБН В.2.2-20:2008, ДБН В.2.2-25:2009, які поширюються на проектування нових і реконструкцію існуючих будинків, споруд та комплексів громадського призначення, зокрема готельно-ресторанних підприємств [18].

Таблиця 2.3

Національні, міжнародні стандарти та державні будівельні норми України, що регулюють діяльність підприємств сфери послуг

Тип	Назва	Опис
Національні стандарти України	ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» [14]	Стандарт поширюється на засоби розміщування: встановлює їх класифікацію, загальні вимоги до них та до послуг, які надаються. На підставі стандарту можна розробляти нормативні документи, що конкретизують вимоги до окремих видів засобів розміщування. Встановлені вимоги не можуть бути нижчі за вимоги цього стандарту. Стандарт придатний для застосування з метою сертифікації засобів розміщування.
Національні стандарти України	ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [15]	Стандарт встановлює класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщування незалежно від форм власності та відомчої належності. Стандарт придатний для застосування з метою сертифікації.
Національні стандарти України	ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [16]	Стандарт поширюється на сферу ресторанного господарства. Стандартом визначаються терміни та визначення понять; наводиться класифікація закладів ресторанного господарства; висуваються загальні вимоги до закладів ресторанного господарства; надається характеристика структурно-функційних параметрів закладів ресторанного господарства різних типів і класів.
Національні стандарти України	ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» [17]	Терміни, встановлені Стандартом, обов'язкові для вживання в усіх видах нормативних документів, що стосуються сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання); для встановлювання категорій готелів та інших об'єктів, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), а також для робіт зі стандартизування.
Національні стандарти України	ДБН В.2.2-20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» ДБН В.2.2-25:2009 «Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства)» ДБН В.2.2-9:2018 «Громадські будинки та споруди. Основні положення» [18]	Державні будівельні норми (ДБН) поширюються на проектування нових і реконструкцію існуючих будинків, споруд та комплексів громадського призначення з умовною висотою до 73,5 м (включно), а також вбудовано-прибудованих приміщень громадського призначення. Вимоги Норм є обов'язковими для юридичних та фізичних осіб – суб'єктів інвестиційної діяльності на території України незалежно від форм власності та відомчої належності. При проектуванні громадських будинків та споруд поряд з положеннями цих Норм слід також керуватися положеннями будівельних норм за видами будинків та споруд.
Міжнародні стандарти	ISO/FDIS 18513:2003 Tourism services – Hotels and tourism accommodation Terminology [19]	Міжнародний стандарт, що адаптований у ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».



Не менш важливими є інші нормативноправові акти – накази Державної туристичної адміністрації, Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, санітарні правила (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Інші нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Назва	Опис
Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» [20]	Правила регламентують основні вимоги щодо користування готелями та аналогічними засобами розміщення усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання послуг розміщення споживачам, і регулюють відносини між споживачами та готелями, виконавцями цих послуг.
СанПін 42-123-5777-91. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи і підприємства, що виробляють м'яке морозиво [21]	Санітарні правила поширюються на діяльність закладів ресторанного господарства незалежно від форм власності та відомчої належності та визначають санітарні вимоги до території, приміщень і їх оснащення, транспортування, приймання та зберігання харчових продуктів, обробки сировини, виробництва і реалізації продукції, а також до умов праці і особистої гігієни персоналу підприємства.
Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування» [22]	Наказ визначає рекомендовані норми технічного оснащення закладів ресторанного господарства, що розраховані для найбільш поширених закладів різних типів, які складають основу виробничо-торговельної сфери на території України. Норми призначено для застосування під час проектування, будівництва, реконструкції або технічного переобладнання закладів різних типів усіх організаційно-правових форм.
Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України «Про затвердження вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів [23]	Наказ регламентує вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР), визначає загальні положення, програми-передумови системи НАССР; послідовність розробки системи НАССР; визначає спрощений підхід для певних категорій потужностей у застосуванні процедур, що засновані на принципах НАССР та процедури, які забезпечують ефективне функціонування системи управління безпечністю харчових продуктів.

Основними адміністративними важелями державного регулювання, використання яких обумовлює можливість удосконалення роботи підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, виступають процедури ліцензування та сертифікації. Впровадження ліцензування у сфері гостинності спрямоване на захист прав та інтересів споживачів послуг, гарантування визначеного рівня обслуговування та убезпечення від його зниження, дотримання санітарних, екологічних та інших норм і положень тощо.

Встановлення параметрів та окреслення чітких критеріїв, наявність яких буде сигналізувати про обов'язковість придбання ліцензії, дозволить створити дієву систему ліцензування.

Ключовими об'єктами нормативно-правового регулювання підприємств сфери гостинності виступають технології виробництва, організації та реалізації надання готельних, ресторанних і туристичних послуг за різними напрямками, що охоплюють широкий спектр питань.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення поняття «готель» згідно Закону України «Про туризм».
2. Назвіть ознаки підприємницької діяльності.
3. Що є об'єктом нормативно-правового регулювання діяльності суб'єктів готельного господарства?
4. Дайте визначення поняття «готельна послуга».
5. Дайте визначення поняття «готельний продукт».
6. Який уповноважений орган здійснює встановлення категорій готелям?
7. Українська національна версія стандартів ДСТУ ISO. Перелічить види сертифікації.
8. З якого року Україна відмовилась від сертифікації УкрСЕПРО?
9. Дайте визначення поняття «ліцензія», який є документом державного зразка.
10. Сертифікатом якості називають документ...

## **Тема 3. Класифікація підприємств готельного господарства та функціональна організація їх приміщень**

План теми:

- 3.1. Класифікація підприємств готельного господарства
- 3.2. Організація приміщень житлової і нежитлової групи

### ***3.1. Класифікація підприємств готельного господарства***

*Класифікація готелів* – це система групування споріднених об'єктів готельного господарства, яка складена на основі врахування загальних ознак щодо якості послуг та системи обслуговування, що дозволяє сформувати уніфіковану інформацію для споживача. Згідно з дослідженням Всесвітньої туристичної організації та Міжнародної готельної асоціації офіційна система класифікації готелів прийнята у 83 країнах. На сьогодні єдиного стандарту готелів у світі не існує, незважаючи на всі зусилля HOTREC, WTO, MGA.

*Готельні підприємства класифікують* за критеріями: рівнем комфорту; місцем розташування; місткістю номерного фонду; функціональним призначенням; тривалістю роботи; забезпечення харчуванням; тривалістю перебування; рівнем цін. Класифікацію готельних підприємств подано у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Класифікація підприємств готельного господарства

Класифікаційна ознака	Вид	Характеристика
За місцем розташування	міські	готелі, розташовані в місті
	приміські	готелі, розташовані на околицях міста, в аеропортах
	сільські / гірські	готелі, розташовані у сільській (гірській) місцевості
	придорожні	готелі, розташовані уздовж доріг
	курортні	готелі, розташовані в курортній місцевості
	на транспортних засобах	класифікуються відповідно виду транспорт-ного засобу та способу його пересування: аероготель, флотель, ротель, ботель та ін.
	екзотичні	плавучі готелі, готелі під водою тощо
За місткість готелю / номер-ного фонду	малі	до 100 місць (до 100 номерів)
	середні	від 101 до 500 місць (до 500 номерів)
	великі	понад 500 місць (понад 500 номерів)
За тривалістю експлуатації протягом року	цілорічні	для постійного обслуговування туристів
	сезонні	для сезонного обслуговування туристів (взимку, влітку)
За забезпеченістю харчуванням	без харчування	заклади без категорії або низької категорії, у яких відсутні власні гастрономічні підприємства (ресторани, кафе, бари)
	зі сніданком	розміщення і одноразове харчування – Bed-and-Breakfast (BB)
	напівпансіон	розміщення плюс дворазове харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря) – Half-Board (HB)
	повний пансіон	розміщення плюс триразове харчування (сніданок, обід і вечеря) – Full Board (FB)
	все включено у вартість	у готелях, що працюють в системі клубного відпочинку, пропонується великий вибір без-платних закусок, алкогольних і безалкогольних напоїв національного виробництва – All Inclusive (AI) або національного та іноземного виробництва – Ultra All Inclusive (UAI)
За спеціалізацією	повносервісні	перелік послуг повносервісних готелів сягає 800
	спеціалізовані	спеціалізуються на обслуговуванні певних сегментів споживачів
За формою власності	Приватні, відомчі, муніципальні, змішаної форми власності, громадські	
За функціональним призначенням	транзитні	призначені для обслуговування споживачів готельних послуг в умовах короткочасної зупинки (пересадка, затримка, відміна рейсу)
	цільові	готелі ділового призначення і готелі для відпочинку (курортні, туристські).

*Рівень комфорту* – це комплексний показник благоустрою та психологічної атмосфери, складовими критеріями якого є: стан номерного фонду: площа номерів, частка одномісних (однокімнатних), багато кімнатних номерів, номерів–апартаментів, наявність комунальних зручностей та ін.; стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення; наявність і стан закладів ресторанного господарства при готелі; стан будівлі, під'їзних шляхів, облаштування прилеглої до готелю території; інформаційне забезпечення і технічне оснащення, зокрема наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів та ін.; забезпечення можливості надання додаткових послуг.

Встановлення рівня комфорту лежить в основі понад тридцяти систем класифікацій готелів, найбільш поширеними серед яких є: *кількісна (європейська)* – французька національна система класифікації, яка застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні та низці інших країн; *якісна (бальна)* – індійська національна класифікація.

*Європейська система класифікації* оснований на таких показниках: площа приміщень, відсоткове співвідношення номерів з санвузлом, наявність тих чи інших послуг.

У країнах Азії та Африки, що розвиваються, найбільшого поширення набув другий тип класифікації – *якісний*, оснований на бальній системі оцінювання (індійська система класифікації). Готелі поділяються на 5 категорій – від «1\*» до «5\*». Крім «зірок» чорних кольорів використовується й більш престижна класифікація. Готелям, які забезпечують прекрасний рівень гостинності й комфорту, присвоюють від «1\*» до «5\*» червоних кольорів.

Класифікація готелів *за критеріями GDS* – глобальних дистриб'юторських систем (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre). У 2001 р. один з провідних провайдерів в електронному резервуванні готелів UTELL за участю як готелів, так і турагентів розробив власну систему категоризації готелів, яку запропонував до використання чотирьом найбільшим GDS (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre).

Класифікація готелів *за місткістю* (за кількістю номерів або спальних місць в номерах). Місткість готелів визначають кількістю номерів або числом спальних місць, тому дуже часто використовують обидва ці показники.

У світі відсутня єдина система оцінювання місткості готелів, хоча переважна частка готелів припадає на готелі малої та середньої місткості. WTO рекомендує вважати *малим готелем* – підприємство, номерний фонд якого складає 30 номерів.

### **3.2. Організація приміщень житлової і нежитлової групи**

До приміщень *житлової групи* належать: житлові кімнати, приміщення по поверхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо).

До приміщень *нежитлової групи* відносяться приміщення приймально-вестибюльної групи; ресторанного господарства; побутового обслуговування і

торгівлі; господарського і складського призначення; культурно-дозвілєвого і фізкультурно-оздоровчого призначення; службові, господарські та виробничі.

*Організація приміщень житлової групи підприємств готельного господарства.*

Група житлових приміщень – є головною, як за значенням, так і за розмірами в готельному господарстві незалежно від їх типу, місткості та місця знаходження. Житлові приміщення мають бути функціонально відокремлені. Склад приміщень, що входять до житлової групи, включає: житлові кімнати, приміщення по поверхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо). Центральне місце серед приміщень житлової групи належить номеру.

Класифікація номерів в Україні базується на ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» та наведена у табл. 3.2.

Типи номерів готелів, їх співвідношення і площі, сантехнічне та електрообладнання номерів рекомендується організовувати згідно додатку А ДБН В.2.2-20:2008 «Будинки і споруди. Готелі».

Кількість номерів для осіб з інвалідністю на кріслах колісних, з дефектами зору та незрячих повинна бути не менше 10 % від загальної кількості, а якщо кількість номерів у готелі менше ніж 10, то щонайменше одного номера. Обладнання номерів повинно відповідати положенням ДБН В.2.2-40-2018.

Таблиця 3.2

Класифікація готельних номерів в Україні за ДСТУ 4527:2006

Типи номерів	Комплектація номера	Кількість проживаючих	Комплектація санвузла	Додаткові зручності
1	2	3	4	5
<i>Класифікація готельних номерів за типами</i>				
Президентський апартамент	Три і більше житлові кімнати (спальня, кабінет, вітальня / їдальня)	1-2 особи	Один повний (умивальник, ванна / джакузі, душ, унітаз, біде) і один або більше додаткових санвузлів для гостей	Міні-кухня або кухонна ніша
Апартамент (apartment)	Дві і більше житлові кімнати (спальня, вітальня / їдальня / кабінет)	1-2 особи	Один повний (умивальник, ванна, душ, унітаз) і один додатковий санвузол для гостей	Кухонна ніша
Люкс (suite)	Дві і більше житлові кімнати (спальня, вітальня / кабінет)	1-2 особи		Повний санвузол (умивальник, ванна/душ, унітаз)
Дуплекс (duplex)	Двоповерховий із двох та більше житлових кімнат	1-2 особи	Повний санвузол (умивальник, ванна, душ, унітаз)	Внутрішні стаціонарні сходи

Прооуження таблиці 3.2

1	2	3	4	5
Напівлюкс; студіо (studio)	Одна житлова кімната	1-2 особи	Повний санвузол (умивальник, ванна / душ, унітаз)	Планування кімнати дає можливість використовувати частину приміщення як вітальню або місце для приготування та прийому їжі
Стандарт (назва номеру); номер 1-ї категорії	Одна житлова кімната	1-2 особи	Повний санвузол (умивальник, ванна / душ, унітаз)	
Номер 2-ї категорії	Одна житлова кімната	1-2 особи	Неповний санвузол (умивальник і унітаз)	
Номер 3-ї категорії	Одна житлова кімната	3 і більше осіб	Неповний санвузол (умивальник і унітаз)	
Номер 4-ї категорії	Одна житлова кімната	3 і більше осіб	Умивальник	
Номер 5-ї категорії	Одна житлова кімната	3 і більше осіб	Без санітарно- технічних зручностей; санвузол розміщений на коридорі	
Суміжні номери (connected rooms)	Два і більше номери, що мають спільний передпокій		Спільний чи окремі санвузли	
<i>Класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць</i>				
Одномісний номер (SNGL, singl room)	Одна житлова кімната	1 особа	Не зазначено	Оснащений односпальним ліжком
Двомісний номер (DBL, double room)	Одна житлова кімната	1-2 особи	Не зазначено	Оснащений одним двоспальним ліжком
Двомісний номер (TWN, twin room)	Одна житлова кімната	1-2 особи	Не зазначено	Оснащений двома односпальними ліжками
Багатомісний номер (multiple bedded room)	Одна житлова кімната	3 і більше осіб	Не зазначено	Оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, що проживають

Усі номери готелю повинні мати природне освітлення з освітленістю житлових приміщень, встановленою ДБН В.2.5-28-2006.

*Організація приміщень нежитлової групи підприємств готельного господарства.*

*Організація приміщень приймально-вестибюльної групи.* У всіх готелях місткістю від 100 місць у приймально-вестибюльній групі приміщень згідно з вимогами ДБН В.2.2-9-2018 слід передбачати приміщення медпункту з санвузлом. У всіх готелях, де передбачено обладнання сейфової кімнати, вона повинна мати капітальні стіни, двері і ґрати, двері повинні мати автоматичний механізм запирання згідно з вимогами ДСТУ 4012.1:2005. У разі встановлення депозитних сейфів з прикрасами вони повинні відповідати мінімум третій категорії стійкості згідно з вимогами ДСТУ 4012.2:2006.

До функціональних зон приймально-вестибюльної групи приміщень належать наступні зони: *зона реєстрації, зона відпочинку (очікування), функції бюро обслуговування, торговельна зона, гардероб, камера схову.*

*Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі.* У складі готелів відповідно до їх місткості та категорії передбачаються приміщення побутового обслуговування і торгівлі, при організації яких слід дотримуватися вимог ДБН В.2.2-11-2002 «Будинки і споруди. Підприємства побутового обслуговування» та ДБН В.2.2-23-2009 «Будинки і споруди. Підприємства торгівлі», а їх площі передбачати відповідно до місткості та категорії готелю з врахуванням положень ДСТУ 4094-2002.

*Організація приміщень культурно-дозвіллевого призначення.* Площі приміщень культурно-видовищного та дозвіллевого призначення, а також їх обладнання і технологічне забезпечення слід приймати згідно з вимогами ДБН В.2.2-16-2005.

*Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення.* У готелях категорії «3\*» та вище рекомендується передбачати приміщення та споруди фізкультурно-оздоровчого комплексу: плавального басейну, сауни, тренажерного залу, солярію, масажної тощо. Рекомендовані склад та площі споруд і приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення для готелів категорій «4\*» і «5\*» наводяться в додатку В ДБН В.2.2-20:2008. «Будинки і споруди. Готелі».

Склад і площі допоміжних та технічних приміщень, а також конструкцію покриттів і висоту споруд фізкультурно-оздоровчого призначення слід приймати згідно з ДБН В.2.2-13-2003, а сауни – згідно з вимогами ДБН В.2.2-9-2018, ДБН В.2.2-11-2002, ДБН В.2.2-13-2003 і НАПБ А.01.001-2014.

*Приміщення адміністративної групи* призначені для створення умов праці управлінського персоналу готелю.

*Господарські та виробничі приміщення готелів* слід організовувати за вимогами ДБН В.2.2-11-2002, СНіП 2.09.02-85, ДБН В.2.2-284. Мінімальний склад і площі господарських та виробничих приміщень готелів визначені у додатку Д ДБН В.2.2-20:2008. «Будинки і споруди. Готелі».

Склад і площі інженерно-технічних приміщень визначаються згідно з розрахунком залежно від застосовуваного обладнання за чинними нормативними документами.

### **Питання для самоконтролю**

1. За якими ознаками класифікують підприємства готельного господарства?
2. Охарактеризуйте існуючі у світі типи класифікацій підприємств готельного господарства за рівнем комфорту. Дайте характеристику класифікації готелів за функціональним призначенням.
3. За якими ознаками класифікуються приміщення підприємств готельного господарства?
4. Охарактеризуйте склад приміщень житлової групи підприємств готельного господарства та назвіть основні вимоги до їх організації. Назвіть та охарактеризуйте типи готельних номерів в Україні за ДСТУ 4527:2006.
5. Охарактеризуйте склад приміщень нежитлової групи підприємств готельного господарства та назвіть основні вимоги до їх організації.
6. Назвіть та охарактеризуйте чинники впливу на формування архітектурно-планувальних рішень готелю.
7. Розкрийте сутність та особливості надання готельних послуг.
8. Які вимоги пред'являються до організації роботи служби прийому і розміщення?
9. Назвіть та охарактеризуйте основні вимоги до організації роботи служби бронювання місць у готелях.
10. Які вимоги висуваються до організації роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування?

### **Тема 4. Організація житлових та нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства**

#### **План теми:**

- 4.1 Організація приміщень житлової групи.
- 4.2 Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства.
- 4.3 Архітектурні рішення та інтер'єр готельних підприємств.

#### ***4.1. Організація приміщень житлової групи.***

*Блок приміщень, що належить до житлової групи, включає:* номери всіх типів і категорій), коридори, холи, вітальні, уміщення для обслуговуючого персоналу та побутового обслуговування на поверсі.

Житлові приміщення є головними у готельному підприємстві. Залежно від кількості місць у певному сенсі розрізняють одномісні, двомісні, тричотиримісні номери. За комфортом і ступенем облаштованості номери класифікують на: “президентський апартамент”; “апартамент”; “люкс”; “двокімнатний”; “комплекс”; “дубль (студіо)”; “однокімнатний”.

Готельне підприємство повинно мати різні типи номерів для забезпечення завантаженості готелю у високий період сезонності та використання номерного фонду в міжсезоння (несезонний період) понижуючи категорійність номерів, підлаштовуючись до різних соціальних верств населення та демографічних складових туристів.



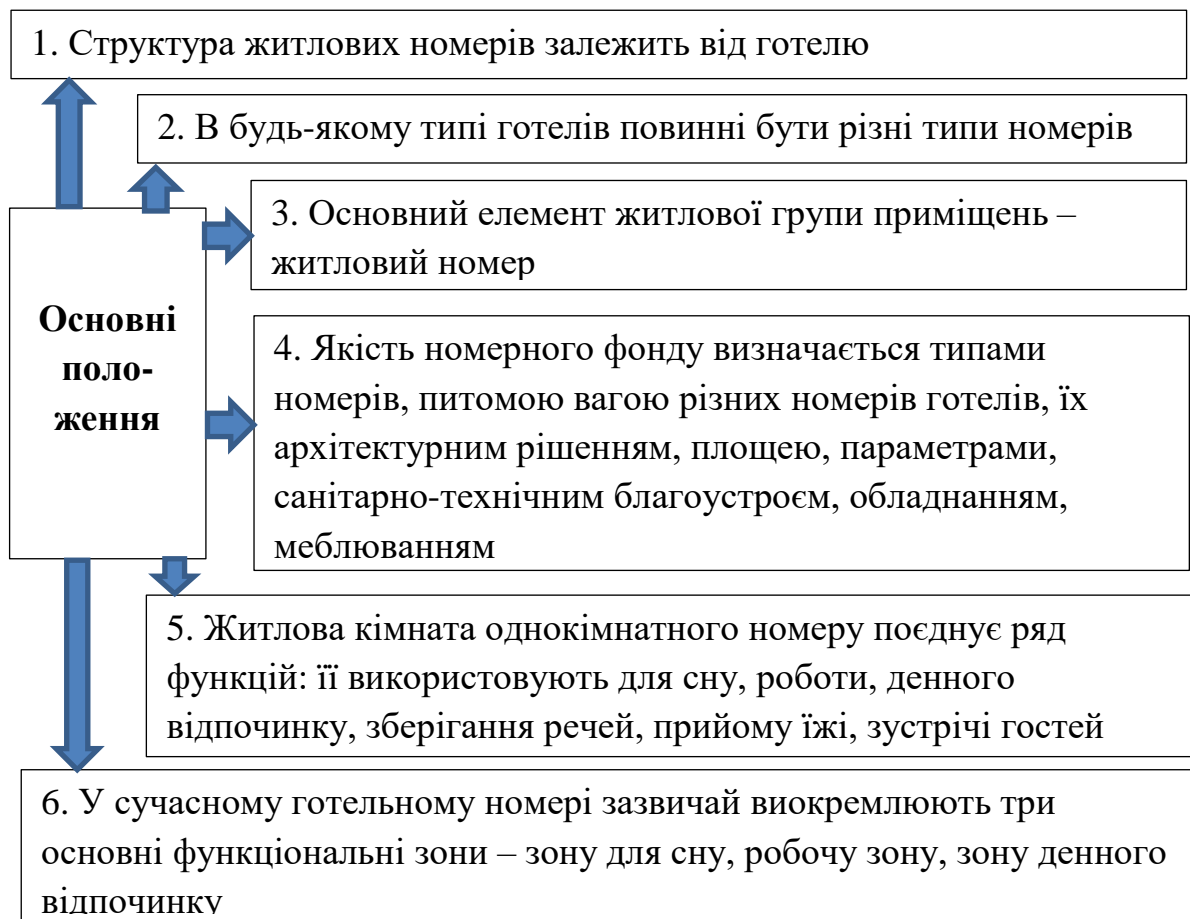


Рисунок 4.1. Основні положення організації номерного фонду готелю

*Приміщення побутового обслуговування, що знаходяться на поверсі, включають: приміщення, які пропонують побутові послуги; приміщення призначені для обслуговуючого персоналу; приміщення для білизни (чистої і брудної); приміщення, в якому зберігають інвентар для прибирання готелю; санвузол; сміттєпровід, вантажний ліфт тощо (рис. 4.2).*

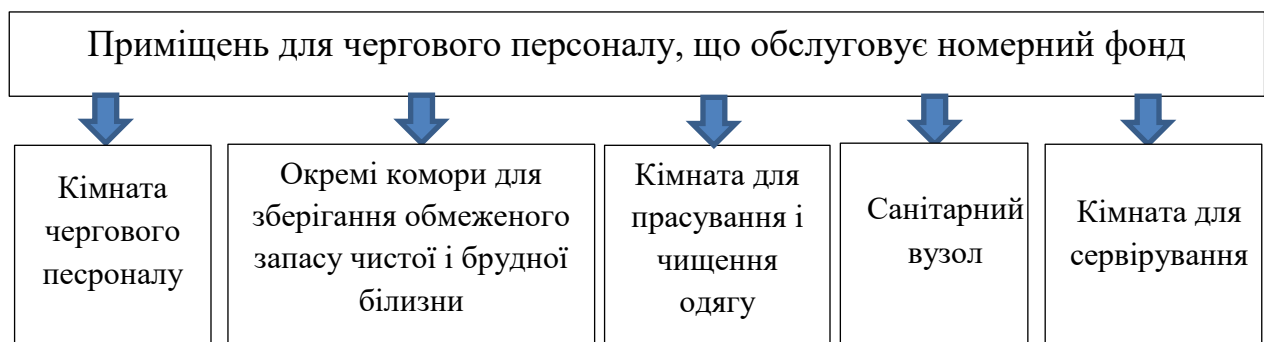


Рисунок 4.2. Приміщення, призначені для обслуговування персоналу

## 4.2. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства

Нежитлові групи приміщень готельних підприємств включають: адміністративні приміщення, приміщення прийому і розміщення (вестибюль), господарські і складські приміщення, а також приміщення культурно-масового призначення та спортивно- рекреаційного призначення (рис. 4.3).



Рисунок 4.3. Нежитлові групи приміщень готельних підприємств

Група адміністративних приміщень готельного підприємства представлено на рис. 4.4.

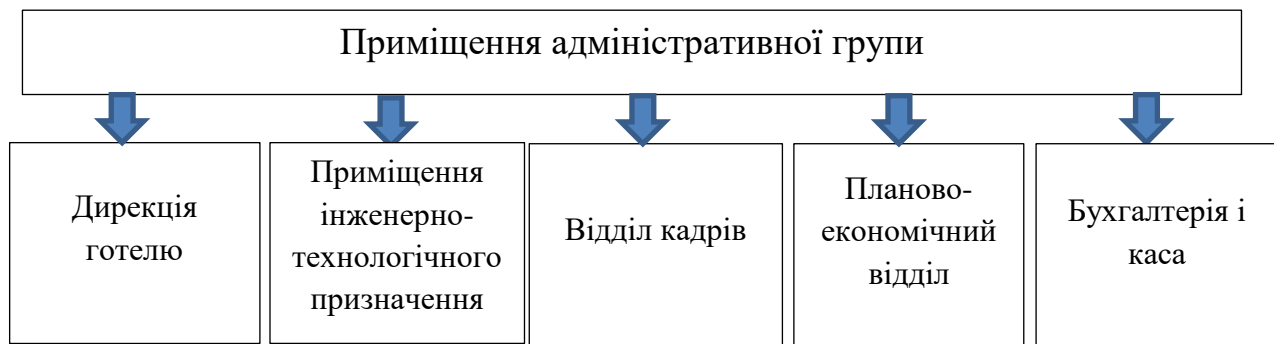


Рисунок 4.4. Приміщення адміністративної групи готельного господарства

Приміщення вестибюльної групи схематично подано на рис. 4.5. У вестибюлі слід дотримуватися чіткого зонування, яке забезпечує мінімум перетинів потоків гостей, тих, що приїжджають та тих, що від'їжджають. Основні зони вестибюлю охарактеризовано на рис. 4.6.

Приміщення господарського призначення включають: приміщення торгово-побутового обслуговування. Побутові послуги можуть надаватися не тільки мешканцям готелю, а й іншим відвідувачам, з метою додаткового заробітку та підвищення рентабельності готельного підприємства.

Приміщення складського призначення поділяють на склади продовольчих товарів (молока, м'яса, птиці, риби, бакалії тощо) і непродовольчих товарів (білизни, рушників, інвентарю, миючих засобів, меблів, запчастин).



Рисунок 4.5. Приміщення вестибюльної групи готельного підприємства



Рисуннок 4.6. Осонні зони вестибюлю готельного підприємства

Приміщення культурно-масового призначення залежать від рівня комфорту у підприємствах готельного господарства і включають різноманітні зали. Готельні підприємства високого рівня обслуговування розміщують на території закладу дискотеки, казино, кегельбани, більярдні кімнати, а також холи, відпочинкові тераси й павільйони.

Приміщення спортивно-рекреаційного призначення у підприємствах готельного господарства можуть включати: басейни, призначені для тренування та оздоровлення, розміщені поряд зі спортивними залами та саунами; солярії, масажні кабінети; тренажерні зали, обладнані тренажерами та спортивним приладдям; спортивні зали, які призначені для проведення спортивних змагань і є багатофункціональними; медпункти. Курортні готелі облаштовують озеленені території для прогулянок та відкриті майданчики для проведення оздоровчих занять на свіжому повітрі, відкриті басейни.

#### **4.3. Архітектурні рішення та інтер'єр готельних підприємств**

Під час спорудження будівель готелів враховують такі основні принципи: органічність; відповідність природно-кліматичним умовам та психо-фізичним вимогам; економічність; комфортність; функціональність; естетичність; гігієнічність; екологічність; можливість майбутньої реконструкції будівлі; можливість здійснення рекламних заходів тощо.

На імідж готельного підприємства особливо впливають архітектурні рішення, адже вони визначають зовнішній вид готелю, його стиль, виокремлення серед інших. На архітектурно-планувальне рішення під час зведення будівель готельних підприємств значною мірою впливають два критерії: розташування та взаємозв'язок між основними функціональними приміщеннями; певна геометрична форма будівлі. На архітектурні рішення готельних підприємств впливає ряд чинників, які подано на рис. 4.8.



Рисунок 4.8. Чинники впливу на архітектурні рішення готельного підприємства

Загальний комфорт інтер'єру готелю визначається трьома компонентами: екологічним, функціональним та естетичним, які подано на рис. 4.9.

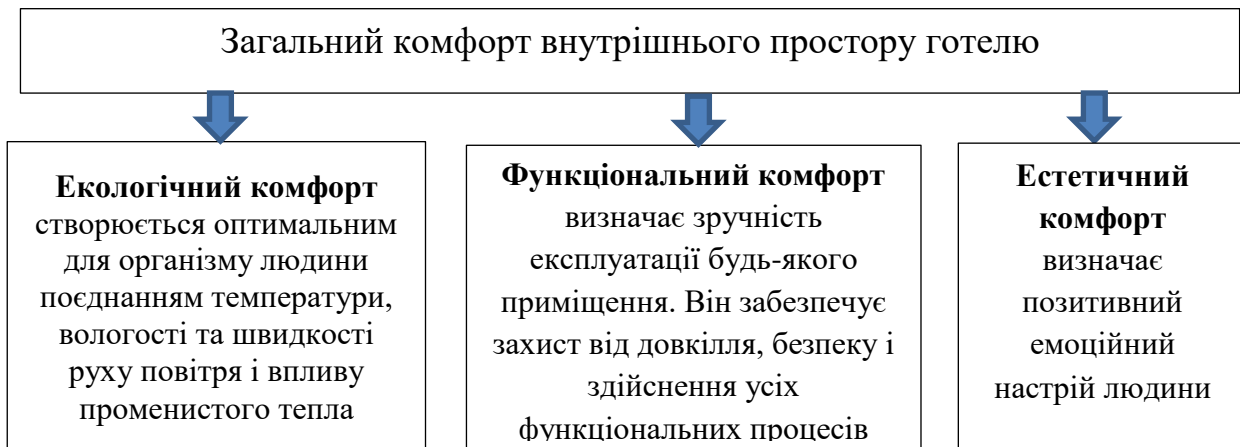


Рисунок 4.9. Складові загального комфорту інтер'єру готелю

Інтер'єр готелів – це організація внутрішнього простору будівлі, що являє собою зорво обмежене, штучно створене середовище, яке забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини. Саме інтер'єр як складне, багатопланове явище має великий естетичний та психофізичний вплив на людину, забезпечуючи комфортність її перебування в готелі. Чинники, що визначають комфортність внутрішнього простору готелю, наведені на рис. 4.10.

Екологічний комфорт	Функціональний комфорт	Естетичний комфорт
Температура повітря	Захист від зовнішнього середовища	Композиція приміщення
Освітленість	Безпека	Кольорове рішення
Інсоляція	Зберігання особистих речей	Освітлення
Вологість повітря	Ділові контакти	Обробка поверхонь
Вентиляція	Відпочинок, сон	Декоративні деталі
Шумовий режим	Розваги	Озеленення
Відсутність вібрації	Харчування	Світлозвуковий ефект
	Особиста гігієна	Розстановка меблів
	Функціональне зонування	
	Раціональний набір обладнання	

Рисунок 4.10 Чинники комфорту внутрішнього простору готелю

Для забезпечення екологічного комфорту в готелях потрібно підтримувати оптимальні умови для перебування гостей: взимку температура повинна бути в межах 18-20°C, а влітку – 23-25°C; Швидкість руху повітря має становити взимку 0,15 м/с, а влітку - 0,2-0,4 м/с; відносна вологість коливається в межах 40-60%; а

тривалість інсоляції має бути більше трьох годин. Для забезпечення екологічного комфорту встановлюють кондиціонери, системи вентиляції, опалення та ін.

Зручність перебування мешканців готелю визначається функціональним комфортом, що передбачає раціональне розміщення зон відпочинку, харчування, сну, санітарно-гігієнічного догляду, ділових зустрічей, культурно-масового та спортивно- рекреаційного обслуговування. Важливе значення для забезпечення ефективної експлуатації готельного підприємства відіграє функціональна організація приміщень, а також мікрозонування.

Для комфортного і незабутнього перебування відвідувачів кожен готель обирає свій індивідуальний стиль (історичний, сучасний, змішаний), який характеризується єдністю та гармонійністю художнього оформлення. Позитивний настрій людини створює естетичний комфорт. Він забезпечується художніми образами інтер'єру, дизайнерськими рішеннями, колірною гамою, озелененням, гармонійним формуванням внутрішнього простору готелю (математичне і художнє), цілісністю елементів декору приміщення, декоративно-прикладним мистецтвом, художнім оформленням меблів, тканин, світильників, національним колоритом, раціональними композиційними рішеннями (фронтальні, об'ємні, глибинно-просторові, асиметричні), освітленням готельного підприємства. Різноманіття історичних та сучасних стилів, які використовують готельні підприємства у дизайні інтер'єрів, проілюстровано на рис. 4.11.

Важливою при створенні інтер'єру готелю є колірне рішення приміщень: холодні (блакитний, фіолетовий) і теплі (жовтий, оранжевий) відтінки, світлі і темні кольори. Послідовність спектру кольорів чергуються у такому порядку: червоний, оранжевий, жовтий, зелений, блакитний, синій, фіолетовий. Колірні рішення базуються на принципах контрастності та нюансу. Також виділяють одночасний, крайовий та послідовний контрасти.

При колірному плануванні інтер'єру підприємств готельного господарства доцільно враховувати і гігієнічні вимоги. Декоративні тканини, штори, завіси, гардини, оббивка меблів, килими повинні гармонійно поєднуватись із кольором стін.

У готельних підприємствах в інтер'єрі використовують завіси (прозорі і щільні, короткі і довгі, розсувні і піднімальні), які призначені для регулювання природного світла, тепла, а також поглинання шуму. Прозорі завіси розсіюють денне світло, а щільні - ізолюють приміщення від зовнішніх впливів. Короткі завіси повинні торкатися підвіконня, а довгі мають бути на відстані 5 см від підлоги. Завіси мають вписуватись і доповнювати інтер'єр приміщень.

Рекомендовано покривати підлогу м'якими і теплими килимами (петлястими чи ворсовими, однотонними чи з малюнком), розміри яких відповідають певним нормативам (наприклад, для одного ліжка килим має бути не меншим за розмір 60x140 см). Отже, необхідно комплексно поєднувати кольори та малюнки завіс, килимів, оббивних тканин меблів, які знаходяться в одному приміщенні готелю, для досягнення естетичного і гармонійного вигляду.



## Історичні стилі інтер'єру

Ампір



Ренесанс



Романський



Східний



Готика



Рококо



Англійський



Скандинавський



Бароко



Класицизм



Африканський



Японський



Еклектика



Модерн



Античний



Арт деко



Рисунок 4.11 Історичні та сучасні стилі інтер'єру готелю

Основне завдання в інтер'єрі готельних підприємстві відіграє меблювання, яке повинно максимально задовольнити перебування відвідувачів готелю. Меблювання залежить від типу, категорії готелю, його рівня комфорту, а також

від площі номерного фонду (наприклад, площа одномісного номера становить в межах 9-12 м<sup>2</sup>, а однокімнатного двомісного номера - 12-25 м<sup>2</sup>). За рахунок меблів й обладнання забезпечується функціональний комфорт у підприємствах готельного господарства.

Найскладніше умеблювати однокімнатний номер, оскільки він має поєднувати зони сну, відпочинку та робочу зону. Меблювання здійснюється різними способами розміщення: одnobічним, двобічним або трибічним. При цьому потрібно забезпечити мінімальні відстані для легкого проходу між меблями (для одного чоловіка мінімальна відстань становить 60 см, а для двох - не менше 110 см) та між стінами і меблями (від 5 см до 55 см). Ще більш ускладненим є меблювання тримісного чи чотиримісного 1-кімнатного номера. У даному випадку рекомендовано меблювати такі номери двоюрисними ліжками, щоб вивільнити внутрішній простір номера. На розміщення та перелік меблів впливають житлова площа номера, його конфігурація, а також рівень комфортності. Слід зазначити, що меблювання здійснюється відповідно до стандартів та вимог, яким мають відповідати номери певної категорії.

На естетичне та художнє оформлення інтер'єру готельного підприємства особливо впливає озеленення. Найбільш поширеними для озеленення є декоративні листяні та квіткові рослини. Крім живих рослин, в озелененні інтер'єру використовують засушені і штучні композиції, а також живі квіти у вазах. На розміщення декоративних рослин впливає природне світло.

Найбільш розповсюдженими є три прийоми художньо-просторової організації інтер'єру готелів: стиль «ретро» (класичний), сучасний (модерн, зокрема хай-тек) та змішаний.

Важливе значення для інтер'єру готелю мають меблі. Важливими елементами інтер'єру будь-якого засобу розміщення є озеленення, кольорова гама та освітлення. Вибір кольорової гами для кожного приміщення готелю має відбуватися з урахуванням її психологічного впливу на людину. Для організації інтер'єрного простору приміщень застосовуються такі основні методи створення художньої композиції: масштаб, тектоніка, єдність підпорядкування, співвідношення форм за різними характеристиками, ілюзорне сприйняття простору.

### **Питання для самоконтролю**

1. За якими ознаками класифікуються приміщення підприємств готельного господарства?
2. Охарактеризуйте склад приміщень житлової групи підприємств готельного господарства та назвіть основні вимоги до їх організації. Назвіть та охарактеризуйте типи готельних номерів в Україні за ДСТУ 4527:2006.
3. Охарактеризуйте склад приміщень нежитлової групи підприємств готельного господарства та назвіть основні вимоги до їх організації.
4. Назвіть та охарактеризуйте чинники впливу на формування архітектурно-планувальних рішень готелю.
5. Розкрийте сутність та особливості надання готельних послуг.



## Тема 5. Сучасні системи бронювання місць у готелях

### План теми:

- 5.1. Організація бронювання номерів і місць у готельному бізнесі. Значення служби бронювання та резервування у готелях.
- 5.2. Міжнародні системи бронювання.
- 5.3. Розділи бронювання готельних послуг у глобальній комп'ютерній мережі Internet.

### **5.1. Організація бронювання номерів і місць у готельному бізнесі. Значення служби бронювання та резервування у готелях.**

*Бронювання* – це попереднє замовлення місць і номерів у готелі, яке є резервуванням певного типу приміщення для конкретного гостя протягом певного періоду часу. Від цього формується у гостя перше враження від готелю. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому та розміщення.

*Подвійне бронювання* – це підтвердження у майбутньому періоді надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на одну і ту ж дату.

Застосування в роботі системи бронювання полегшує організацію процесу, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за загальною схемою. Для резервування існують різні технічні засоби й організаційні форми. Серед технічних засобів типовими, та в свою чергу, найпоширенішими, є використання телефону та мережі Інтернет.

У сучасному світі неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без застосування новітніх інформаційних ІТ-продуктів для здійснення бронювання. Використання останніх на практиці гарантує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу вимог, які і формують рівень задоволеності клієнтів та якість туристичних послуг.

Відділ бронювання зобов'язаний на постійній основі підтримувати тісний контакт зі службою прийому і розміщення, яка є інформатором щодо завантаження номерів у поточний час. За заявками відділ бронювання може скласти перспективний план завантаження готелю на певний період (рік, місяць, тиждень) і план завантаження на поточний день.

### *Організація служби бронювання і резервування місць у готелях.*

Розселення є наступним ключовим компонентом у робочі процедури, що включає зустріч, реєстрацію, передачу ключів з супровід до кімнати. Поселення клієнтів через бронювання в готелях з автоматичною системою реєстрації займає кілька хвилин. Процедура реєстрації без попереднього бронювання займає більше часу - до 5 хвилин.

*Канали кореспонденції для бронювання адміністрації готелів.* Стратегія дотримання бізнес-завдань є центрованою, монетарне обґрунтованою процедурою обміну даними про послуги та цінність для покупців через різні канали, з присутньою мотивацією формування прагнення придбати конкретну послугу. Можливість подальшого дослідження навколо внутрішнього і

зовнішнього середовища базується на використанні Інтернет-досягнень в рекламній діяльності організацій.

Існує кілька типів бронювання: гарантоване бронювання; негарантоване бронювання. Гарантоване бронювання (Guaranteed reservation) - це бронювання є видом резервування, де чітко зафіксовано підтвердження готелю, що ним буде забезпечено отримання клієнтом впорядкованої кімнати в той час, коли він потребує, клієнт, в свою чергу, забезпечує сплату ціни за номер, незалежно від того, чи зможе він його використати, включаючи можливість неявки.

*Існують наступні види гарантованого бронювання:*

- бронювання за попередньою оплатою;
- бронювання з виставлення рахунку;
- бронювання під гарантію кредитної картки;
- бронювання під гарантію компанії або корпорації;
- гарантоване бронювання ваучером.

*Бронювання під сертифікацію платіжної картки.*

Більшість організацій міжнародних розрахункових систем дотримуються політики страхування готельних підприємств. Ці організації зобов'язують відвідувача заплатити покарання у вигляді штрафу, якщо після бронювання він не з'явився.

*Бронювання під гарантії організації або компанії (з якими у готелі є відповідний договір).* Деякі організації, товариства, фірми укладають контракти з готелями, які передбачають відповідальність організації за відсутності їх представників або клієнтів. Інший вид гарантії перед житловим підприємством - туристський ваучер. Ваучер для подорожей, таким чином, є посвідченням переказу внеску за поселення для готелю, які він надає.

*Негарантоване бронювання* – бронювання, яке не гарантує, що відвідувач отримає приміщення, а проживатиме, якщо виникне така можливість - неявка гостя за бронюванням.

*Бронювання місць для VIP-клієнтів.* Визначення важливості клієнта повністю залежить від особливостей компанії VIP-обслуговування являє собою індивідуальний підхід до відвідувача. Попередній виклад додаткових VIP-послуг може бути надзвичайно контингентним. Це може бути як мрія адміністрації закладу, так і базуватись на індивідуальних вподобаннях замовника.

*Встановлення списку пріоритетів у піковий сезон.* Пріоритет заявки означає, що служба бронювання готелю може підтверджувати заявки оператора на шкоду інтересам інших туроператорів, що мають у цьому готелі заброньовані, але неоплачені кімнати. Право пріоритетного бронювання звичайно нічим не оформляється, у більшості випадків.

## **5.2. Міжнародні системи бронювання**

Основоположним чинником потужної роботи туристичних організацій є обсяг і характер пропозицій. Вплив на угоди, поліпшення їх якості, підвищення ефективності роботи із застосуванням системи бронювання та резервування в бізнесі туристичної індустрії – все це може вплинути на продажі.

Впровадження резервування з ПК значною мірою впливає на всю індустрію гостинності. Використання систем і бронювання дозволило істотно скоротити час обслуговування клієнта, надати можливість онлайн-бронювання, зменшити витрати адміністрацій, зменшити витрати роботодавця на екскурсантів, час і польоту та допомогти з рішенням різних завдань. Поширення комп'ютерних систем бронювання CRS (Computer Reservation System) пов'язано, в першу чергу, із збільшенням обсягів послуг та розширенням їх різноманіття, зменшенням витрат на електронні резервування. Сучасні GDS використовуються для передачі інформації через комп'ютеризовану мережу користувачам в готельній індустрії, резервування та гарантування того, що готель не є переповненим.

Великими комп'ютерними системами резервування (бронювання) на міжнародному ринку туристичної індустрії є системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 тисяч терміналів, які встановлені в туристичних агентствах усього світу.

*Система бронювання Amadeus.* За дуже короткий термін Amadeus став світовим лідером у наданні послуг туристичної індустрії з чудовими рішеннями для управління та розповсюдження туристичних послуг. Останнім часом система Amadeus фактично виходить на український ринок і вирізняється серед швидко створюваних систем резервування за допомогою комп'ютерних систем в Україні.

*Amadeus Service Fee Manager* – рішення по ефективному зберіганню даних, розрахунку і збору оплати за всі види послуг, які надаються в процесі продажу:

*Amadeus Quality Control* – сервіс для підвищення продуктивності роботи агентства шляхом постійної автоматичної, перевірки кожного отриманого при бронюванні PNR, підказок менеджеру про хід бронювання і про додаткові можливості при продажу.

*E-Power* – програма для створення систем онлайн бронювання на сайтах агентств.

*Amadeus Worldwide Commission Manager* – електронний продукт призначений для управління комісійними платежами при бронюванні готельних номерів.

*Основні модулі Amadeus: Amadeus Air, Amadeus Fare Quote, Amadeus Hotels, Amadeus Cars.* Worldspan є постачальником технологій для подорожей, а також частиною бізнесу Travelport GDS. Глобальна система розподілу (GDS), яка використовується туристичними агентами та веб-сайтами, пов'язаними подорожами, для бронювання авіаквитків, готельних номерів, оренди автомобілів, туристичних пакетів та супутніх товарів. Світова частка ринку складає 15%. Videcom VRS повністю інтегрована з Worldspan GDS з посиланнями Edifact типу А, які надають інтерактивним функціям туристичних агентств. Бази даних Videcom та Worldspan Eticket є повністю інтегрованими.

Worldspan є найбільш широко використовуваною системою бронювання в Америці, яка посідає третє місце в Європі після Amadeus і Galileo.

*Worldspan як система, що розвивається найбільш динамічно.* Worldspan Net є схожим варіантом та повністю аналогічний за функціями до стаціонарної

версії. Основними перевагами є можливість підключення через звичайні телефонні лінії без виділеного каналу зв'язку, відсутня сегментна норма резервування, забезпечується сумісність зі стандартними продуктами Microsoft Office. Worldspan є постачальником основних електронних новинок, ці нові моделі дуже привабливі для невеликих і середніх організацій. Туристичні фірми і перспективні дирекції просування інтернет- досягнень в індустрії туризму з радістю ними користуються.

*Galileo – одна з передових систем бронювання в технічному відношенні.* Galileo – одна з просунутих систем бронювання в технічному розумінні. Система Galileo розповсюджується в більш ніж 100 країнах світу, включаючи більше 150 з них в Європі. Програма автоматизації діяльності туристських агентств Galileo Office розроблена спеціально для українського ринку, містить різні бази даних, здійснює обмін інформацією із системою бронювання Galileo.

*Особливості системи бронювання Sabre.* Система бронювання Sabre налічує такі варіанти підключення до системи як Planet Sabre, Turbo Sabre, Net Platform. Net Platform розрахована на використання малими та середніми компаніями, присутні комплекси програм забезпечення конфіденційності й електронна пошта. Sabre Evision входить у програмне забезпечення будь-якої робочої станції, якщо вона підключена до мережі Sabre.

### ***5.3. Бронювання готельних послуг у глобальній комп'ютерній мережі Інтернет***

*Trust* – глобальна розподільна система в реальному часі, яка має можливість невідкладно повідомляти й змінити дані про резервування, передавати додаткову інформацію між готелями, центрами резервування, турагентами, комп'ютерами авіакомпаній тощо. Trust доступна майже в кожній країні.

*SRS (Steingerberger Reservation Service)* – є всесвітньо відомою системою для розподілу у просторі реального часу. Має можливість обміну з усіма GDS. SRS пропонує спеціальні засоби для бронюванні готелів та пов'язана з достатньо малою кількістю партнерських компаній, незважаючи на спеціалізацію – бронювання місць в готелях.

*Utell* – система резервування і маркетингових послуг. У маркетинговому профілі Utell пропонує інформацію для створення правильної стратегії, електронної та друкованої реклами, а Utell Vision являє собою систему електронного відображення.

*Start* – інтерактивна система реалізації туристичних послуг, яка є найбільшою у всій Європі та охоплює 90% всіх наявних турфірм Німеччини. Система Start надає інформацію по туристських маршрутах, послугу замовлення квитків на транспорт і культурно-видовищні заходи, укладання договорів на туристичні страхування; підключена до міжнародної системи замовлень Amadeus.

*Sahara* – система бронювання готелів, з'єднана й керована компанією SITA. У цей час на ринку комп'ютерних системі бронювання надаються нові види послуг, які здійснюють посередники через Інтернет.

### Питання для самоконтролю

1. Значення служби резервування та бронювання у готелях.
2. Дайте визначення поняття «бронювання».
3. Дайте визначення поняття «подвійне бронювання».
4. Організація служби бронювання та резервування місць у готелях.
5. Канали кореспонденції для бронювання адміністрацій готелю.
6. Назвіть види гарантованого бронювання.
7. Бронювання під сертифікацію платіжної картки.
8. Особливості бронювання місць для VIP-клієнтів.
9. Що таке негарантоване бронювання.
10. Назвіть міжнародні системи бронювання.

### Тема 6. Організація обслуговування на підприємствах готельного господарства

План теми:

- 6.1. Сутність та особливості готельних послуг.
- 6.2. Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення.
- 6.3. Обслуговування та задоволення запитів гостей персоналом служби прийому, розміщення та обслуговування.
- 6.4. Основні вимоги до організації прийому вітчизняних й іноземних туристів в Україні.

#### 6.1. Сутність та особливості готельних послуг.

*Готельна послуга* – це дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі. Основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що входить до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором; а додаткові послуги – це обсяг послуг, що замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

*Гостинність* – комплексна послуга, якій притаманні певні споживчі властивості, створення позитивного образу підприємства, що, зрештою, має покласти основу для «вторинного попиту» на послуги.

Середовище гостинності багато в чому визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників (ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності). Найбільший вплив на середовище гостинності мають економічні і політичні чинники.

*Технологія гостинності* – це виробництво послуг, якість яких визначається створенням комфортних умов середовища гостинності, проявом персональної уваги до гостя, забезпеченням позитивного іміджу підприємства.

*Технологія* – це інструменти, устаткування, процеси, дії, матеріали, потрібні для перетворення ресурсів у товари і послуги, що випускаються. Основними технологічними складовими є технологічні процеси, що охоплюють технологічні цикли, технологічні операції й технологічні елементи, які відповідають основній функції певного виробництва.

Основні технологічні процеси включають технологічні цикли, що утворюють робочі зони в основному технологічного процесі. Технологічні цикли поділяються на основні, допоміжні й обслуговуючі. Технологічні операції є складовими технологічних циклів. Вони невеликі за обсягом, нетривалі за часом, відносно самостійні, розрізняються за призначенням і ступенем механізації.

### **6.2. Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення**

Служба прийому і розміщення найчастіше взаємодіє з гостями впродовж всього процесу обслуговування, починаючи з моменту першого звертання споживача послуг гостя в готель і до моменту його виписки. Служба керує роботою служби менеджер відділу прийому і розміщення Front Office manager. Склад персоналу служби прийому і розміщення готелю наведено у табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Склад персоналу служби прийому і розміщення готелю

Функціональна зона	Посада	Функціональні обов'язки працівника
1. Стійка реєстрації	Адміністратор портьє	Реєстрація гостей; інформаційне обслуговування; визначення форм і розмірів депозитів, авторизація кредитних карт гостей; внесення реєстраційних записів про гостя в інформаційну систему; підготовка і видача ключів від номерів; продаж номерів гостям без попереднього бронювання.
	Касир	Обробка і обслуговування рахунків гостей; нарахування і прийом платежів; контроль поточної заборгованості; підготовка розрахункової документації і звітів; нарахування сум, що залишилися.
2. Вхід в готель	Швейцар	Зустріч гостей біля входу готелі; піднос багажу в хол готелю; контроль потоку машин перед входом.
3. Хол готелю	Консьєрж	Замовлення транспорту для зустрічі/ проводів гостей; надання транспорту готелю в оренду; замовлення театральних, екскурсій-них, авіа- та залізничних квитків; інформаційне обслуговування гостей в готелі.
	Менеджер зі зв'язків з гостями	Здійснення комунікацій з клієнтами готелю; розгляд скарг і побажань гостей; організації зустрічі і надання додаткових послуг VIP-гостям
	Носій багажу (Bellman)	Супровід гостя та його багажу в номер після реєстрації; здача і видача багажу з камери схову; повідомлення необхідної інформації про готель
	Посильний	Доставка пошти, газет, приватних повідомлень до номера; інформаційне повідомлення між службами готелю
4. Телефонний вузол, комутатор	Телефоністка	Отримання зовнішніх дзвінків, надання інформації про готель зовнішнім абонентам; здійснення зв'язку зовнішніх абонентів з гостями і працівниками готелю; планування побудок, передача повідомлень

Основною послугою готелю є надання безпечного і комфортного проживання. З огляду на це, осердям організаційної структури готелів є її чільний операційний підрозділ – «служба прийому, розміщення та обслуговування гостей» (СПРО). Для споживача СПРО є найважливішою в готелі, адже її персонал працює у постійному контакті з гостями і виконує всі функції щодо їх безпосереднього обслуговування.

За службою прийому, розміщення та обслуговування закріплені такі функції: бронювання, реєстрація прибулих гостей, розподіл номерів, поселення і виписка клієнтів, надання гостям інформаційних послуг; стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримання в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду.

Ефективність технологічного процесу прийому та обслуговування гостей у готелі залежить, насамперед, від чіткої організації праці і якісного виконання обслуговуючим персоналом своїх службових обов'язків. Для досягнення реально впливу на збільшення доходів готелю та зростання його іміджу експерти кадрової служби готелю регулярно проводять спеціальне навчання та переатестації службовців СПРО (Front office).

Процес обслуговування гостей в готелях всіх категорій можна представити у вигляді наступних етапів поданих у табл. 6.2.

Таблиця 6.2

Процес обслуговування гостей в готелях всіх категорій

Процес	Персонал	Документи	Оплата
Попереднє замовлення місць в готелі	Менеджер відділу бронювання чи служби прийому	Заявка на бронь. Гарантія оплати	Включається до рахунку при реєстрації
Зустріч	Гаражна служба, швейцар, посылний	-	Чайові
Реєстрація	Адміністратор служби прийому, портье, касир	Анкета, дозвіл на поселення, рахунок, візитна карта	За рахунком, який складається з тарифу на місця, податків, спеціальних зборів
Надання основних і додаткових послуг	Служба прийому, служба покоївок, служба харчування, гаражна служба, аніматори, медичні	Замовлення на послуги можна зробити в усній формі або заповнити бланк замовлення	За рахунком відповідно до встановлених тарифів на послуги
Остаточний розрахунок й оформлення виїзду	Адміністратор портье, касир	Рахунок	За рахунком

### **6.3. Обслуговування та задоволення запитів гостей персоналом служби прийому, розміщення та обслуговування**

Як правило, службовці СПРО докладають зусиль, щоб максимально задовільнити особливі прохання споживачів (а тим паче – постійних та VIP-клієнтів). Задоволення особливих побажань та нетипових запитів і прохань

гостей позитивно позначається на їхньому настрої та споживацькій оцінці якості (ексклюзивності) сервісу саме цього готелю. А задоволені гості формують позитивний споживацький рейтинг готелю (наприклад, за шкалою оціночних балів на глобальному порталі бронювання Booking.com. Усе це працює на імідж та престиж готелю.

*Основні функції порт'є-реєстратора за стійкою «Reception»:* приймати, розміщувати та реєструвати прибулих гостей, бути в розпорядженні служби прийому, оформляти виїзд гостей, а також виконувати іншу поточну роботу, зв'язану з названими функціями.

*Нічний порт'є* має істотно розширений набір функцій та обов'язків, порівняно з денним порт'є. Одним з основних завдань нічного порт'є є контроль будівлі готелю, систематичні перевірки справності сигналізації (охоронної і пожежної) та безпеки на прилеглий території готелю.

*Порт'є служби прийому, розміщення та обслуговування повинен знати:*

- правила прийому та обслуговування громадян України та іноземців;
- правила користування і внутрішнього розпорядку в готелі;
- прейскуранти цін на номери, місця та платні послуги в готелі;
- розміщення і час роботи всіх служб готелю;
- порядок ведення журналів обліку осіб, які проживають у готелі, бронювання номерів (місць), складання відомості обліку руху номерів і місць, реєстрації національних документів іноземних громадян;
- порядок розрахунків з особами, які проживають у готелі;
- правила протипожежного захисту;
- правила поведінки в готелі;
- правила службового етикету;
- прецеденти оптимального вирішення будь-яких конфліктних ситуацій.

#### **6.4. Основні вимоги до організації прийому вітчизняних й іноземних туристів в Україні**

У нашій країні діють регламентні правила реєстрації громадян України, іноземних громадян, осіб без громадянства при заселенні готель.

За працівниками СПРО окремим пунктом посадових інструкцій закріплена *функція гарантування конфіденційності інформації про проживання постояльця*. Нині нормою в готелях більшості країн є неоприлюднення інформації про гостей, які проживають чи запланували проживати в готелі, а також про фінансовий бік їхнього перебування в готелі. Службовці СПРО у міру своїх посадових повноважень займаються вирішенням конфліктних ситуацій, що іноді виникають між готелем та окремими постояльцями. Зазвичай, дані про непорядного гостя, який скомпрометував себе в такий спосіб, заносять у базу даних небажаних клієнтів. І при подальших зверненнях такому клієнтові з «чорного списку» службовці СПРО відмовляють у праві поселення.

Основними нормативними документами, що регулюють діяльність служби прийому і розміщення є:



- Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг : наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19;

- Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова КМУ від 15.03.2006 р. № 297;

- Правила користування і внутрішнього розпорядку (внутрішній стандарт) готелю.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення поняття «готельна послуга».
2. Основні та додаткові послуги готелю.
3. Якими зовнішніми чинниками визначається середовище гостинності?
4. Дайте визначення поняття «технологія гостинності».
5. Якими умовами гостинності визначається основний технологічний цикл?
6. Назвіть допоміжні та обслуговуючі технологічні процеси.
7. Охарактеризуйте організацію роботи служби прийому і розміщення готелю.
8. Склад персоналу служби прийому і розміщення готелю.
9. У чому полягають функції служби прийому і розміщення у готелі.
10. Процес обслуговування гостей в готелях всіх категорій.

## **Тема 7. Організація постачання та логістична діяльність закладів ресторанного господарства**

### **План теми:**

7.1. Організація постачання та логістична діяльність закладів ресторанного господарства

7.2. Форми обслуговування відвідувачів ресторанних закладів.

### *7.1. Організація постачання та логістична діяльність закладів ресторанного господарства*

Раціональна організація постачання підприємств ресторанного господарства сировиною, напівфабрикатами, продуктами і матеріально-технічними засобами є найважливішою передумовою ефективною і ритмічною роботи виробництва, що дозволяє більш повно задовольняти споживчий попит, сприяє прискоренню оборотності коштів, зниженню витрат і підвищенню рентабельності.

До організації продовольчого постачання підприємств ресторанного господарства висуваються такі вимоги: забезпечення широкого асортименту товарів в достатній кількості і належної якості протягом року; своєчасність і ритмічність завезення товарів при дотриманні графіка завезення; скорочення ланцюга просування товарів; оптимальний вибір постачальників і своєчасне укладання з ними договорів на поставку товарів. Розрізняють такі види

постачання підприємств ресторанного господарства: продовольче і матеріально-технічне.

На великих фірмах та підприємствах ресторанного господарства, незалежно від виду власності, створюються відділи постачання, на невеликих підприємствах призначається працівник, відповідальний за організацію постачання. Відділ постачання, як правило, працює самостійно, виконуючи певні функції. На підприємствах ресторанного господарства повинен формуватися список потенційних постачальників, який постійно оновлюється та доповнюється.

Доставка продуктів здійснюється централізованим і децентралізованим способами. Централізована доставка товарів на підприємства здійснюється силами і засобами постачальників. При централізованій доставці підприємство звільняється від необхідності мати свій транспорт. При децентралізованій доставці вивезення товарів від постачальників забезпечує безпосередньо саме підприємство, використовуючи власний транспорт.

Логістика в закладах ресторанного господарства – це планування, організація і контроль всіх видів діяльності по переміщенню матеріального потоку від місця закупівлі сировини до кінцевого споживача. Розрізняють наступні види логістики: закупівельна, транспортна, виробнича, збутова, або маркетингова, або розподільна та інформаційна, або комп'ютерна.

Закупівельна логістика – це сфера керування матеріальними потоками в процесі забезпечення підприємства матеріальними ресурсами.

Транспортна логістика – це оптимізація транспортних систем, вибір виду і типу транспортних засобів, визначення різних маршрутів доставки і забезпечення технологічної єдності транспортно-складського процесу.

Виробнича логістика – це наука і практика керування матеріальними потоками у сфері виробництва.

Збутова (маркетингова, або розподільна) логістика – це раціоналізація процесу фізичного просування готової кулінарної продукції до споживача та формування системи ефективного логістичного сервісу.

Інформаційна (комп'ютерна) логістика – це сфера логістики, яка досліджує і вирішує проблеми організації та інтеграції інформаційних потоків для прийняття управлінських рішень в логістичних системах.

### *7.3. Форми обслуговування відвідувачів ресторанних закладів*

Основною формою обслуговування відвідувачів у всіх типах їдалень, закусочних, кафе (крім підприємств першої і вищої категорій) є самообслуговування.

У ресторанах, кафе, барах першої і вищої категорій відвідувачів обслуговують офіціанти. Залежно від кількості операцій, які виконує офіціант, розрізняють повне або часткове обслуговування. За повного обслуговування всі операції (оформлення замовлення і доставка продукції в зал, подача страв і напоїв, прибирання використаного посуду і приборів, розрахунок із

відвідувачами) здійснюють офіціанти так само, як і на банкетах і прийомах, а також у процесі обслуговування відвідувачів у вечірній час.

Реклама сучасного підприємства – це інформація про місце розташування підприємства, послуги, що надаються в ньому, асортимент продукції, що реалізується. Реклама має сприяти створенню позитивної думки про підприємство з метою залучення відвідувачів. Реклама підприємства завжди починається з його зовнішнього оформлення, яке має бути індивідуальним для кожного підприємства, гармонійно вписуватися в екстер'єр, виконувати інформаційну, естетичну та рекламну функції.

Вивіска – це важливий елемент вуличної реклами, її розміщують вертикально або горизонтально на фасаді будівлі, або у площині, перпендикулярній до нього так, щоб вона була доступною, привертала увагу перехожих, ознайомлювала їх із типом підприємства, його спеціалізацією, режимом роботи.

Вітрина – це вікна підприємства, які є важливим джерелом рекламної інформації про тематичну спрямованість підприємства (характерний асортимент напоїв, закусок, десертів), послуги, які надаються в ньому, його спеціалізацію. На віконному склі розмішують прозорі кольорові фотоплівки з різними малюнками і фотографіями, що відображають індивідуальні особливості підприємства, виставляють рекламні панно, декорації. Віконні вітрини мають доповнювати вивіску і становити з нею єдине ціле. Рекламний текст плаката має бути лаконічним, складатися з двох-трьох фраз, написаних великим та яскравим шрифтом. Рекламні плакати вивішують уздовж автостради, вони мають прочитуватися з вікон транспорту, що рухається.

### **Питання для самоконтролю**

1. Надайте характеристику комплексу послуг закладів ресторанного господарства.
2. Розкрийте сутність та особливості організації постачання в закладах ресторанного господарства.
3. Розкрийте сутність та особливості організації логістичної діяльності в закладах ресторанного господарства.
4. Назвіть та охарактеризуйте форми обслуговування відвідувачів ресторанних закладів.
5. Назвіть форми обслуговування офіціантами з попереднім і подальшим розрахунком.

## **Тема 8. Економіка готелів та ресторанів. Експлуатаційна програма готелю.**

### **Виробнича програма та товарооборот ресторану**

План теми:

- 8.1. Експлуатаційна програма готелю.
- 8.2. Виробнича програма та товарооборот ресторану.
- 8.3. Необоротні активи готелів і ресторанів.

*Підприємство* як форма господарювання за Господарським кодексом України є самостійним суб'єктом ринку, який створений компетентними органами державної влади або органами місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності в порядку, визначеному чинним законодавством.

В умовах ринку характер функціонування підприємства визначається вільним підприємництвом, з одного боку, і об'єктивними обмеженнями, що існують у будь-якій економічній системі, з іншого боку.

Зовнішнє середовище підприємства – це чинники й умови, що пере-бувають поза підприємством та існують незалежно від нього, але впливають або можуть впливати на його функціонування. Залежно від характеру впливу – прямого або непрямого – елементи зовнішнього середовища підприємства можна поділити на дві групи: мікросередовище та макросередовище. Мікросередовище (середовище прямого впливу, ділове середовище) – чинники, що безпосередньо впливають на функціонування підприємства, водночас, відчуваючи на собі вплив з боку підприємства.

До основних чинників середовища непрямого впливу відносяться наступні:

1. Економічні чинники.
2. Політичні чинники (політично-правові)
3. Технологічні чинники
4. Міжнародні чинники
5. Демографічні чинники
6. Географічні чинники
7. Соціальні чинники

### **8.1. Експлуатаційна програма готелю**

План експлуатаційної діяльності підприємства готельного господарства включає такі розділи:

- експлуатаційну програму;
- план доходів від експлуатаційної діяльності;
- план доходів від додаткових послуг і допоміжних підрозділів;
- план підвищення якості експлуатаційної діяльності готелю.

*Експлуатаційна програма* – це кількість місць (номерів), які надаються для проживання гостям у плановому періоді з урахуванням середнього терміну проживання гостей (або оборотності одного місця) в готелі. Тобто, експлуатаційна програма – це обсяг послуг, що надаються підприємством, в натуральному виразі.

У процесі розробки експлуатаційної програми підприємства готельного господарства визначається ряд показників, які дозволяють надати реальну оцінку можливостям використання номерного фонду. До таких показників належать: місткість (ємність) об'єкта розміщення (готелю), потенційна (максимальна) пропускна спроможність об'єкта розміщення (готелю), коефіцієнт місткості

(коефіцієнт використання потенційної пропускної спроможності), коефіцієнт використання номерного фонду.

Основними завданнями економічного аналізу показників експлуатаційної програми є:

- 1) виявлення відхилення показників від планового завдання;
- 2) дослідження тенденцій зміни показників;
- 3) визначення причин зміни показників, їх невідповідності до планових завдань та до розробленої економічної стратегії, кількісна оцінка впливу зовнішніх і внутрішніх факторів;
- 4) розробка заходів з оптимізації використання планової пропускної спроможності готелю та задоволення попиту населення у комплексному готельному продукті.

З метою виявлення відхилення показників від планового завдання, дослідження тенденцій їх зміни визначаються показники абсолютного приросту (відхилення), темпів зростання та приросту.

У процесі аналізу номерного фонду та експлуатаційної програми доцільно визначати показники ефективності експлуатації номерного фонду. Вони можуть розраховуватись за невеликий період часу та використовуватись для оперативного управління завантаженням номерного фонду.

Показники ефективності використання номерного фонду можуть визначатись як в цілому по готелю, так й по окремим категоріям номерів.

Результати аналізу ефективності використання ємності конкретного підприємства готельного господарства у динаміці та перспективи розвитку дають підстави для розробки його експлуатаційної програми.

## **8.2. Виробнича програма та товарооборот ресторану**

Товарооборот як економічний показник характеризує якісні та кількісні сторони діяльності суб'єктів господарювання в сфері товарного обігу та представляє собою обсяг реалізованої продукції за певний період у грошовому виразі (виручку від реалізації продукції).

Товарооббіг ресторанного господарства – обсяг продажів продукції власного виробництва (у роздріб та оптом) та закупних товарів. При цьому, оборот від надання послуг та іншої неторгової діяльності (наприклад, надання інформаційно-консультативних послуг) в підприємствах ресторанного господарства прийнято вважати оборотом від інших видів діяльності (надання послуг). Валовий (сукупний) товарооборот підприємства ресторанного господарства включає товарооборот ресторанного господарства (з позицій підприємства) та оборот від інших видів діяльності, тобто це обсяг продажів продукції, включаючи надання платних послуг, споживачам за певний період, виражений у грошовій формі.

За формами реалізації виділяють види товарообороту ресторанного господарства:

– оптовий товарооборот, який представляє собою продаж кулінарних виробів та напівфабрикатів власного виробництва іншим підприємствам

ресторанного господарства (ресторанам, їдальням, буфетам тощо) та підприємствам роздрібної торгівлі;

– роздрібний товарооборот, що представляє собою продаж безпосередньо населенню закупних товарів та роздрібний продаж продукції власного виробництва.

До показників, що характеризують товарооборот підприємства, належать:

– обсяг товарообороту у вартісному виразі – виручка від реалізації продукції за період у цінах продажу;

– фізичний обсяг товарообороту – обсяг реалізованої продукції у порівняних цінах. Визначається як відношення обсягу товарообороту у цінах продажу до індексу споживчих цін, визначеному стосовно аналізованого періоду;

– склад товарообороту – обсяг товарообороту за видами продукції (оборот з продукції власного виробництва, оборот з закупних товарів) або за формами реалізації (оптовий оборот, роздрібний оборот);

– структура товарообороту – це обсяг товарообороту за питомою вагою окремих видів товарообороту у загальному обсязі товарообороту. Питома вага окремого виду товарообороту – це відношення певного виду товарообороту (з продукції власного виробництва, із закупних товарів, оптового, роздрібного) до загального (сукупного) товарообороту, виражене у відсотках;

– розмір чеку на одного споживача – відношення обсягу товарообороту до кількості споживачів;

– розмір товарообороту на одне місце – відношення обсягу товаро-обороту до кількості місць в залі.

В заготівельних підприємствах (цехах) виробнича програма визначає середньодобовий випуск продукції (або перелік сировини, яка переробляється за день, із зазначенням кількості та розподілом за напівфабрикатами) протягом року з урахуванням сезонності. Виробничу програму заготівельних підприємств (цехів) розробляють на тиждень, 3 тижня, квартал, рік. Виробнича програма спеціалізованих підприємств (цехів) може складатися на добу.

На підприємствах ресторанного господарства, що обслуговують організовані контингенти споживачів (робочих, студентів, школярів) – закритих підприємствах, виробнича програма складається у формі планового меню. Планове меню – це план випуску продукції за асортиментом та кількістю на певний період часу (на день, тиждень, місяць тощо). На підставі плану-меню розробляються завдання з випуску певного асортименту та обсягу продукції.

План-меню та планове меню є підставою для складання меню, яке має бути у залі підприємства. Залежно від типу підприємства, його класу, контингенту споживачів, що обслуговується, застосовуються різні види меню (меню із вільним вибором страв, меню денного раціону, меню комплексних обідів за абонементом тощо).

На розмір та склад виробничої програми та товарообороту в ресторанному господарстві впливають фактори як зовнішнього, так й внутрішнього середовища.

### **8.3. Необоротні активи готелів і ресторанів**

З економічної точки зору активи підприємства (майно підприємства) – це контрольовані ним економічні ресурси, сформовані за рахунок інвестованого в них капіталу. Вони характеризуються спроможністю генерувати дохід, вартістю, продуктивністю. Залежно від характеру участі в господарському процесі активи підприємства поділяються на необоротні та оборотні.

Необоротні активи – це сукупність майнових цінностей підприємства, які забезпечують його функціонування і мають очікуваний термін корисної дії чи експлуатації понад один рік. Основні засоби – матеріальні активи, які підприємства утримують для використання у виробництві, наданні послуг, постачанні товарів, здаванні в оренду або для виконання адміністративних, соціально-культурних функцій.

Співвідношення різних видів основних засобів підприємства у їх загальній вартості характеризує видову структуру основних засобів. Будівлі та споруди займають найбільшу питому вагу у складі основних засобів готельного господарства.

Основні засоби (залежно від ступеня участі в процесі надання послуг) поділяють на активні й пасивні.

Співвідношення активної та пасивної частин основних засобів характеризує їх технологічну структуру. Зростання частки активної частини визначає прогресивні зміни технологічної структури основних засобів.

Структура основних засобів підприємства ресторанного господарства залежить від ряду чинників: типу підприємства (ресторан, кафе, їдальня та ін.), кількості місць, форм обслуговування і організації виробництва.

Для оцінювання та аналізу процесів відтворення основних засобів підприємства використовується система взаємопов'язаних показників. Показники, що характеризують рівень ефективності використання основних засобів, поділяються на загальні та часткові.

#### **Питання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте послугу ресторанного господарства.
2. Надайте класифікацію поточних витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу.
3. Охарактеризуйте собівартість послуг готельного господарства та фактори, що впливають на її величину.
4. Визначте сутність експлуатаційної програми готелю.
5. Визначте економічну сутність основних засобів готелю та їх класифікацію.
6. Назвіть чинники від яких залежить структура основних засобів підприємства ресторанного господарства.
7. Що характеризує видову структуру основних засобів ресторанного господарства?
8. Дайте визначення терміну «активи підприємства».
9. Маркетингова політика підприємства ресторанного господарства.
10. Тип і спеціалізація підприємства ресторанного господарства.

## **Тема 9. Економіка готелів та ресторанів.**

### **Трудові ресурси, доходи та цінова політика готелів і ресторанів.**

План теми:

- 9.1. Оборотні активи готелів і ресторанів
- 9.2. Трудові ресурси готелів і ресторанів
- 9.3. Поточні витрати та собівартість продукції готелів і ресторанів
- 9.4. Доходи та цінова політика готелів і ресторанів

#### ***9.1. Оборотні активи готелів і ресторанів***

Оборотні активи – це гроші та їхні еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців із дати балансу. Виробничі запаси – сировина, основні та допоміжні матеріали, покупні напівфабрикати, комплектуючі вироби, паливо, тара, запасні частини для ремонту устаткування, швидкозношувані малоцінні предмети тощо, які призначені для виробництва продукції, обслуговування виробництва та адміністративних потреб. Виробничі запаси формуються у вигляді транспортних, складських (підготовчих та поточних) і страхових запасів.

За способом виявлення потреби оборотні активи поділяються на нормовані і ненормовані.

Нормованими є ті оборотні активи, на які встановлюються нормативи запасів. За економічним призначенням вони повинні забезпечувати безперебійність виробничо-господарської діяльності підприємства. До нормованих належать всі оборотні активи, які обслуговують сферу виробництва (оборотні фонди) та готова продукція на складах підприємства.

Ненормованими є оборотні активи, на які нормативи не встановлюються, оскільки потреба в них є тимчасовою. Їх величина контролюється за фактичними даними. До них відносяться відвантажена готова продукція, готівкові і безготівкові грошові кошти підприємства, дебіторська заборгованість.

Забезпечення безперервності виробничо-торговельної діяльності потребує створення в закладах ресторанного господарства певного обсягу сировини і товарів. Момент утворення сировинних і товарних запасів означає виключення їх із процесів виробництва та обігу. Практично не беручи участі в обігу, сировинні й товарні запаси потенційно забезпечують безперервність виробництва і реалізації кулінарної продукції закладів ресторанного господарства.

Функції сировинних і товарних запасів і підприємствах ресторанного господарства:

- забезпечують безперервність процесів виробництва і реалізації кулінарної продукції;
- забезпечують стабільність асортименту кулінарної продукції й покупних товарів;
- дозволяють здійснювати певну цінову політику;



– дозволяють підвищувати рівень задоволення попиту споживачів.

Для характеристики стану і процесів формування сировини й товарні запаси підприємств ресторанного господарства класифікують за наступними ознаками.

За призначенням виділяють наступні групи товарних запасів: запаси поточного зберігання (поточні запаси), запаси сезонного зберігання (сезонні запаси), запаси дострокового, страхові (гарантійні) запаси.

Необхідність нормування запасів обумовлена тим, що недостатній обсяг сировинних і товарних запасів (менший за нормативну величину) призводить до порушення ритму виробництва і реалізації кулінарної продукції (товарів), неотримання належного обсягу товарообігу та прибутку, формування незадоволеного попиту споживачів.

Продуктовий баланс є формою планового розрахунку, в якій приводяться у відповідальність потреба закладу ресторанного господарства в сировині й товарах та її задоволення.

*Норма запасу* – це мінімально необхідна кількість днів, на яку треба передбачити запас нормованих оборотних активів для забезпечення нормального функціонування підприємства. Показниками оборотності оборотних активів підприємства є: коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, тривалість одного обороту.

Одним із найважливіших показників ефективності діяльності підприємства ресторанного господарства є товарооборотність.

Під товарооборотністю розуміється інтенсивність обертання сировини та товарів із дня їх надходження у підприємство ресторанного господарства до дня їх витрачання (реалізації). Товарооборотність визначається часом обертання або швидкістю товарообігу.

## **9.2. Трудові ресурси готелів і ресторанів**

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності. Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал підприємства прийнято поділяти на чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.

Залежно від участі в процесі виробництва усіх робітників можна поділити на: основних робітників та допоміжних робітників.

За видами діяльності персонал підприємства готельно-ресторанного господарства підрозділяють на обслуговуючий, виробничий і адміністративний.

До обслуговуючого персоналу підприємства готельно-ресторанного господарства належать основні категорії працівників, зайнятих безпосереднім обслуговуванням споживачів: швейцар, ліфтер, метрдотель (адміністратор), офіціант (помічник офіціанта), бармен (помічник бармена), сомельє, бориста, працівник підприємства швидкого обслуговування, буфетник, касир, продавець відділу кулінарії тощо.

До виробничого персоналу підприємства готельно-ресторанного господарства відносяться основні категорії працівників, зайнятих виробництвом:

покоївки, стюарди, завідувач виробництва, шеф-кухар, су-шеф, начальник цеху, заступник начальнику цеху, кухар (помічник кухаря), кондитер (помічник кондитера), пекар тощо.

До адміністративного персоналу підприємства готельно-ресторанного господарства відносяться категорії працівників, зайнятих технологічними й організаційними питаннями: директор (керуючий, менеджер, завідувач) підприємства, інженер-технолог (менеджер з виробничих питань) тощо. Важливим напрямом класифікації персоналу підприємства є його розподіл за професіями та спеціальностями.

*Професія* – це рід трудової діяльності людини, що володіє комплексом спеціальних знань, практичних навичок, одержаних за допомогою спеціальної освіти, навчання чи досвіду, які дають можливість здійснювати роботу в певній сфері економічної діяльності. *Спеціальність* – це вид професійної діяльності в межах отриманої професії, що потребує поглибленої спеціальної підготовки і додаткових знань і навичок.

Основними методами планування чисельності персоналу у готельно-ресторанному господарстві є нормативний метод і метод техніко-економічних розрахунків. Метод техніко-економічних розрахунків ґрунтується на визначенні планової кількості робочих місць і планового балансу робочого часу, які дозволяють розрахувати явочну та облікову чисельність працівників окремих професій і посад.

Найважливішим показником, що відображає ефективність використання персоналу, є продуктивність праці. Під продуктивністю праці як економічною категорією розуміють ефективність (плодотворність) трудових витрат, здатність конкретної праці створювати за одиницю часу певну кількість матеріальних благ.

Оскільки основна частина витрат праці на підприємствах готельно-ресторанного господарства пов'язана з виробничим процесом, то зростання продуктивності праці в галузі є одним з головних факторів зростання обсягів виробництва та реалізації продукції. Для забезпечення зростання продуктивності праці підприємства готельно-ресторанного господарства повинні враховувати як зовнішні фактори, що визначають загальні умови підприємницької діяльності у галузі, так і внутрішні, що впливають безпосередньо на формування умов праці на підприємстві та її результативність.

До основних зовнішніх факторів, які тією чи іншою мірою впливають на зміни продуктивності праці у готельно-ресторанному господарстві, відносяться: соціально-економічні, технологічні (рівень науково-технічного прогресу, темпи оновлення технічного потенціалу за рахунок використання прогресивних машин і обладнання, впровадження автоматизованих систем управління, ступінь впровадження інновацій у галузі) та правові (законодавство в сфері трудових відносин і оплати праці, регулювання зайнятості, податкове законодавство).

Основними внутрішніми факторами зростання продуктивності праці на підприємствах готельно-ресторанного господарства є організаційні, матеріально-технічні, соціально-психологічні та економічні.

### **9.3. Поточні витрати та собівартість продукції готелів і ресторанів**

Підприємства виконують функції виробництва та реалізації продукції за використання відповідних ресурсів – матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових.

*Витрати* – це зменшення економічних витрат у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу.

*Поточні витрати підприємства* – виражені у грошовій формі витрати матеріальних, нематеріальних, трудових та фінансових ресурсів, що залучені для забезпечення функціонування господарюючого суб'єкта.

*Собівартість продукції* – це сукупність поточних витрат у грошовій формі, яких зазнає підприємство на виробництво та реалізацію продукції.

*Собівартість одиниці продукції* – це собівартість продукції в розрахунку на одиницю продукції, тобто показник, який показує, що витрачає підприємство на виробництво та реалізацію одиниці продукції.

Групування витрат за економічними елементами здійснюється з метою складання кошторису виробництва. Елемент витрат – сукупність єдиних за економічним змістом витрат.

Кошторис виробництва – підрахунок сукупних витрат підприємства, які пов'язані з його основною діяльністю за певний період незалежно від того, чи віднесено їх на собівартість продукції в цьому періоді чи ні.

Виділяють наступні елементи витрат:

1. Матеріальні витрати.
2. Витрати на оплату праці.
3. Відрахування на соціальні заходи.
4. Амортизація.
5. Інші витрати.

Калькуляційна одиниця – одиниця кількісного вимірювання об'єкта калькулювання. Калькулювання здійснюється за галузевими методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції, які затверджуються відповідним міністерством.

Перелік статей калькуляції залежить від профілю виробництва (підприємства), його спеціалізації, характеру продукції, різноманітності технологічних процесів, ступеня економічної однорідності витрат і визначається галузевими інструкціями.

Згадаємо, що у підприємствах ресторанного господарства, які виробляють та реалізують продукцію за індивідуальним замовленням, собі вартість одиниці продукції не визначають. В процесі калькулювання собі вартості одиниці продукції визначають лише витрати сировини на той чи інший вид кулінарної продукції.

У підприємствах ресторанного господарства, для яких характерно масове виробництво однорідної продукції, виробництво кулінарної продукції індустріальними методами калькуляція складається як на окремі види продукції, так і на однорідні її групи, рівень витрат за якими близький.

#### ***9.4. Доходи та цінова політика готелів і ресторанів***

Дохід підприємства – це збільшення економічної вигоди підприємства у вигляді надходження ресурсів, контрольованих ним, або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання його власного капіталу.

Дохід від основної діяльності (виручка від реалізації продукції) – обсяг грошових коштів, що надійшли на рахунки підприємства за певний проміжок часу в результаті продажу виготовленої продукції з використанням грошової форми розрахунку для компенсації вартості об'єкта продажу. В підприємствах ресторанного господарства цей показник ототожнюється із товарооборотом.

У підприємствах готельного господарства основна частина доходу від основної діяльності формується за рахунок експлуатації номерного фонду. Платні послуги гості готелю можуть отримати від побутових підприємств (перукарня, хімчистка, пральня, ремонт взуття тощо), що знаходяться у безпосередньому підпорядкуванні готелю. Зі збільшенням ціни обсяг зростає, а зі зменшенням – падає. Фіксовані ціни – це ціни, які встановлюються державою через систему органів влади та управління.

Закупівельні ціни – це ціни, за якими сільськогосподарська продукція великими партіями реалізується державними, кооперативними та фермерськими господарствами для подальшої переробки. Роздрібними називаються ціни, за якими споживчі товари через роздрібну торговельну мережу реалізуються населенню. Вони є цінами кінцевої реалізації товарів.

Собівартість та прибуток є обов'язковими елементами ціни, тому що відшкодування витрат і отримання прибутку є невід'ємною умовою виробництва продукції. Наявність інших елементів в ціні необов'язкова і залежить від галузевої належності продукції, її соціальної значущості, кількості господарських ланок, що беруть участь у виробництві, реалізації продукції та ін.

Підприємства ресторанного господарства встановлюють націнку самостійно, з урахуванням своїх витрат та попиту на продукцію та товари. Виключення складає продукція власного виробництва та закупні товари, що реалізуються в загальноосвітніх, професійно-технічних та вищих навчальних закладах, рівень націнки яких, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України, регулюється міськими державними адміністраціями.

Високий рівень поточних витрат та норми прибутку зумовлюють високий рівень націнки. Збереження націнки на відповідному рівні передбачає зменшення норми прибутку за зростання рівня витрат або необхідність пошуку способів оптимізації витрат виробництва й обігу за умов незмінності рівня прибутку.

Ціна реалізації страви визначається за допомогою калькуляції та відображається у калькуляційній картці. У калькуляційній картці зазначають: найменування підприємства, порядковий номер картки, найменування страви, номер рецептури та збірник рецептури, за яким вона готується, найменування продуктів і норма їх закладки, загальна вартість сировинного набору, ціна реалізації однієї страви, вихід страви, дата складання калькуляції.

Визначення ціни продажу продукції на основі закупівельних цін на сировину товари має як переваги, так і недоліки.

До переваг даного способу встановлення ціни реалізації продукції слід віднести: можливість встановлювати націнки диференційовано за видами страв та коригувати рівень цін на страви у денний та вечірній час залежно від попиту.

До недоліків цього способу – значну залежність цін на продукцію від ціни закупівлі на сировину та товари.

Ціни на продукцію, що реалізується у підприємстві ресторанного господарства подаються у меню та прейскуранті. Ціна повинна забезпечити відшкодування витрат на виробництво та реалізацію послуг, а також певний прибуток, що дозволив би розвивати матеріально-технічну базу та працювати на рівні міжнародних стандартів.

Крім того, до ціни можуть включатися податки регіонального значення, якщо вони встановлені. Із введенням в Україні міжнародної класифікації готелів, до ціни проживання за добу включається вартість сніданку. Таким чином, ціни на готельні місця, за якими вони реалізуються туристам, включають: розрахункову ціну, інші діючі податки та збори і вартість сніданку.

Цінова політика підприємства готельно-ресторанного господарства передбачає визначення умов диференціації цін на продукцію та послуги. Зокрема, ціни можуть бути диференційованими з огляду місця та умов реалізації продукції та послуг, форми обслуговування.

Одним з ефективних та дієвих методів залучення та утримання споживачів є система цінових знижок та картки постійних клієнтів. Нині деякі готелі намагаються встановлювати ціни у відповідності до попиту, орієнтуючись при цьому на ціни за розміщення в зарубіжних готелях.

Підприємства мають резерви зростання доходів і за рахунок підвищення рівня цін. Як основні резерви підвищення доходів за рахунок даного чинника виділяють пропозиції споживачу ексклюзивних видів продукції (послуг), або продукції (послуг) більш високої якості, ніж підприємства-конкуренти. Як основні резерви підвищення доходів за рахунок збільшення обсягів реалізації виділяють активну маркетингову політику і рекламну, інформаційну діяльність.

### **Питання для самоконтролю**

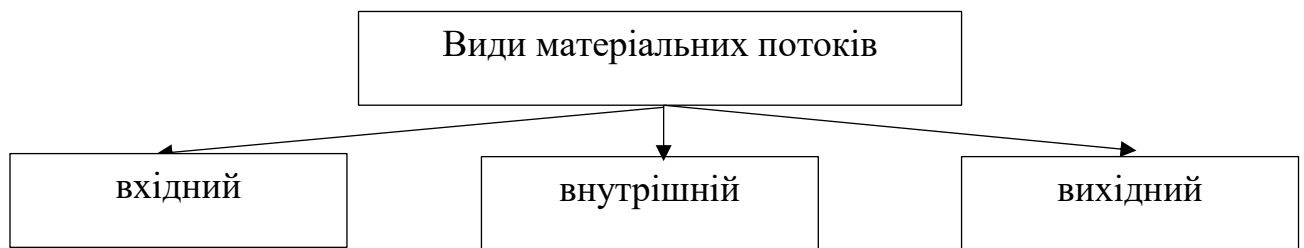
1. Визначте сутність, склад і структура оборотних коштів готельного господарства та фактори, що визначають їх величину.
2. Класифікація підприємств готельного та ресторанного бізнесу.
3. Методи планування потреби в оборотних засобах готелів та ресторанів.
4. Характеристика трудових ресурсів підприємств готельно-ресторанного бізнесу.
5. Визначте сутність та особливості формування цін на продукцію та послуги підприємств готельного та ресторанного господарства.
6. Як розрізняють ціни залежно від сфери обігу або галузевої форми продукції?
7. Класифікація витрат за основними ознаками.

## Тема 10. Технологічне обладнання. Підбір технологічного обладнання підприємств ресторанного господарства

План теми:

- 10.1. Організація роботи складського, тарного та транспортного господарств
- 10.2. Технологічне обладнання. Підбір технологічного обладнання
- 10.3. Основні етапи технологічного процесу виробництва продукції в ресторанах

### 10.1. Організація роботи складського, тарного та транспортного господарств



Санітарно-гігієнічні вимоги до складських приміщень:

- для дотримання санітарних правил стіни в складських приміщеннях повинні бути захищені від проникнення гризунів і пофарбовані олійною фарбою, а стіни охолоджувальних камер облицьовані кахельною плиткою для систематичного вологого прибирання;

- освітлення в овочевих складах і охолоджувальних камерах має бути тільки штучним, в інших складських приміщеннях, крім штучного, може бути і природне; коефіцієнт природного освітлення 1:15 (співвідношення площі вікон та підлоги), норма штучного освітлення – 20 Вт на 1 м<sup>2</sup>;

- вентиляція в складських приміщеннях повинна бути природною і механічною (витяжною);

- підлога повинна забезпечувати безпечне і зручне ;

пересування вантажів, людей і транспортних засобів;

- ширина коридорів складів – 1,3–1,8 м, при застосуванні; візків – 2,7 м.

Під час зберігання сировини і продуктів мають дотримуватися, вимог санітарних норм відповідно до СанПіН 42-123-4117-86 «Умови, терміни зберігання особливо швидкопсувних продуктів», з

*Способи зберігання й укладання сировини та продуктів:* стелажний, штабельний, щиковий, насипний, підвісний.

*Класифікаційні ознаки тари:* за видами матеріалу; за ступенем жорсткості; за ступенем спеціалізації; за кратністю використання.

### 10.2. Технологічне обладнання. Підбір технологічного обладнання

*Виробництва* - це більш крупні порівняно з цехами підрозділи, які створюються на великих підприємствах, де необхідно об'єднати кілька

однорідних або взаємозалежних цехів. Основне і допоміжне виробництва поділяються на цехи, відділення, виробничі ділянки, робочі місця.

*Складові частини виробництва:* цех; виробнича ділянка; відділення; робоче місце; процес; машина; апарат.

Основними принципами в організації робочих місць є: виключення можливості зустрічних потоків сировини та готової продукції та скорочення кількості і подовженості робочих маршрутів.

Обладнання розташовується у відповідності до послідовності технологічних процесів, з урахуванням техніки безпеки та ефективного використання виробничої площі.

*Холодильне обладнання* розділяють на два види:

- холодильне устаткування для торгових залів для складським і підсобних приміщень закладів харчування;

- спеціалізоване холодильне обладнання для приготування і відпуску охолоджених напоїв (сокоохолоджувачі), замороження соків (гранітори), м'якого морозива (фрізери), харчового льоду (льодогенератори).

Залежно від призначення холодильне обладнання підрозділяється на такі види: холодильні і морозильні прилавки; холодильні і морозильні вітрини; холодильні і морозильні стелажі (регали, гірки); бонети (холодильні ванни); холодильні морозильні шафи; комбіновані вітрини (шафи, суміщені з бонетами); спеціальне обладнання (прилавки для зберігання морепродуктів на льоду); морозильні скрині; льодогенератори; охолоджуючі винні шафи; збірно-розбірні холодильні і морозильні камери.

Залежно від температурного режиму в середині охолоджувального об'єму (експозиційна поверхня або закритий охолоджувальний об'єм) холодильне обладнання розділяють на дві групи: середньотемпературне (температура вище за 0°C) і низькотемпературне (нижче за 0°C).

Залежно від кліматичної зони холодильне обладнання виготовляють у звичайному і південному варіантах. Холодильне обладнання, що випускається за ціновими характеристиками можна розділити на три групи: економ клас, бізнес клас та клас люкс.

Холодильні шафи класифікують за наступними ознаками: за місцем застосування, за способом охолодження, за видом дверей, за конструктивністю виконання та за місцем установки холодильного агрегату.

*Охолоджувачі напоїв* – використовують для охолодження і підтримки температури (5...10°C) заздалегідь охолоджених освітлених соків, безалкогольних та інших напоїв і їх продажу без дозування.

*Теплова обробка* – це технологічний процес, який базується на їм і ні теплового стану продуктів і середовищ, що беруть участь в цьому процесі. Метою теплової обробки є доведення продуктів до стану кулінарної готовності.

*Класифікація теплового обладнання:* за технологічним призначенням; за видом енергоносія; за способом обігріву; за принципом роботи; за функціональністю.

*Вимоги до теплових апаратів:* експлуатаційні; конструктивні; економічні; технологічні; екологічні; техніки безпеки та санітарії; виробничої естетики та ергономіки.

*Класифікація апаратів для приготування гарячих напоїв:* за видом енергоносія; за ступенем автоматизації; за принципом дії; за умовами експлуатації.

У закладах ресторанного господарства плануванням оснащення устаткуванням займаються економічні служби, технічні відділи або інжинірингові фірми. План технічного оснащення на рівні підприємства складається за розгорненою номенклатурою із зазначенням типу і марки устаткування, його кількісного та вартісного вираження й ефективності використання.

Для планування технічного оснащення закладів ресторанного господарства різних типів визначено таке устаткування: *теплове; механічне; холодильне; роздавальне і барне; ваговимірювальне; підйомно-транспортне; мийне.*

У закладах ресторанного господарства застосовуються електронні контрольно-касові апарати.

Підбирання устаткування одного виробника покращує якість комплектації, гарантійного та постгарантійного технічного обслуговування (рис. 10.1).

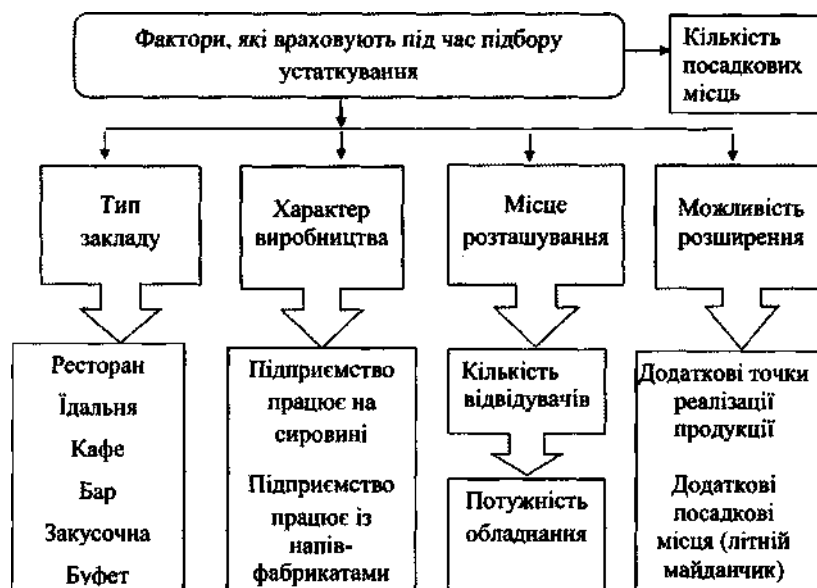


Рисунок 10.1. Фактори, що слід враховувати під час підбору устаткування

Під час вибору устаткування для закладів ресторанного господарства враховують різні групи показників. Для якісного оцінювання технічного рівня устаткування, призначеного для оснащення технологічного процесу, необхідна інформація про його основні техніко-економічні показники, які є взаємопов'язаними (рис. 10.2).

Планування цеху – це план розташування (розміщення) технологічного, підйомно-транспортного, допоміжного та іншого обладнання, інженерних мереж, робочих місць, проходів (проїздів) ін.



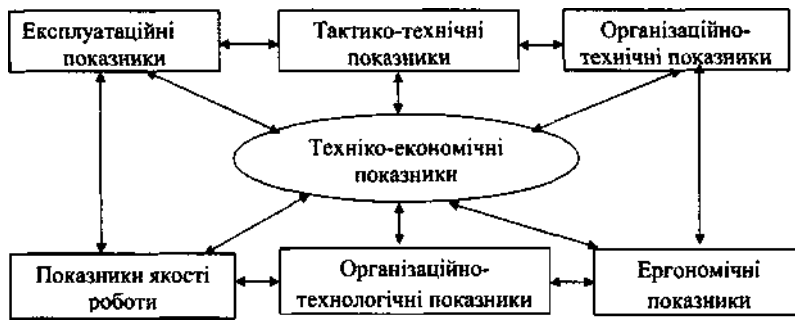


Рисунок 10.2. Техніко-економічні показники технологічного устаткування

Робочі місця розташовують відповідно до технологічної послідовності виконання операцій.

Розміщуючи обладнання, слід застосовувати лінійний або острівний методи групування обладнання: *лінійне, острівне*.

Найменування обладнання зазначають в експлікації, позиції якої відповідають номерам, проставленим на плані.

Технологічне обладнання необхідно не тільки розмістити в цеху, але і підключити до різних комунікацій (електроенергія, гаряче і холодне водопостачання, газопостачання можуть бути каналізовані). Для цього виконують монтажні креслення кожного цеху.

На плані розміщення обладнання зазначається монтажна прив'язка обладнання. Її виконують у такій послідовності:

- розміщують розраховане і підібране устаткування на плані цеху з урахуванням санітарних, протипожежних вимог та організації виробництва;
- за допомогою спеціальних монтажних альбомів і схем визначають на плані кожної одиниці обладнання точки введення (виведення) основних комунікацій: гарячої та холодної води, каналізації, електроенергії. При цьому для кожної точки введення зазначають усі параметри відповідних комунікацій: фазність і потужність електричного струму, діаметр трубопроводу для підведення холодної і гарячої води, діаметр відводу в каналізацію, висоту підводів від рівня підлоги;
- визначити відстань від цих точок до двох нерухомих взаємно перпендикулярних конструкцій будівлі (несучих стін, колон), тобто побудувати координати по горизонталі та вертикалі.

За умови докладного монтажного креслення технологічне обладнання будь-якого закладу харчування може бути розставлене і підключене до інженерних комунікацій.

Для розміщення устаткування у виробничих приміщеннях керуються раціональною організацією підприємства відповідно до вимог техніки безпеки, виробничої санітарії та протипожежного нагляду, а також передбачають: загальну схему технологічного процесу; доцільне формування технологічних ліній; створення оптимальних умов для роботи персоналу; визначені відстані від стін, між окремими видами устаткування; головні та другорядні проходи;

дотримання вимог техніки безпеки, протипожежних і санітарних умов; необхідність приєднання устаткування до водопроводу, паропроводу, електричної мережі та каналізації; дотримання умов для монтажу, експлуатації та ремонту устаткування.

Існують декілька способів розміщення обладнання: лінійний, паралельний, Г- та П-подібний.

Розміщення устаткування залежить від спеціалізації цехів і виду обладнання. Слід обґрунтувати такий спосіб, за якого економиться виробнича площа, підвищується продуктивність праці внаслідок скорочення шляхів переміщення персоналу і продукції та забезпечується зручність експлуатації, технічного обслуговування та санітарної обробки устаткування.

### ***10.3. Основні етапи технологічного процесу виробництва продукції в ресторанах***

Сукупність послідовних операцій під час обробки продукту називається *технологічним процесом*. Технологічний процес складається з наступних етапів:

- підготовка сировини включає діяльність з первинної обробки овочів, м'яса, риби, птиці;
- в результаті механічної обробки сировини отримуй напівфабрикати;
- процеси теплової обробки забезпечують готовий кулінарних продуктів.

Технологічний процес приготування страви закінчується його оформленням і відпуском.

Заклади ресторанного господарства, що використовують в приготуванні кулінарних продуктів всі три етапи, називаються підприємствами повного, закінченого циклу. Підприємства, що працюють із сировиною і його переробкою в напівфабрикати, називаються доготовочними. Підприємства, що спеціалізуються на реалізації готового продукту з напівфабрикатів, називаються підприємствами з неповним циклом.

*Організація роботи гарячого цеху.* Цех, який завершує технологічний процес приготування страв, є гарячий цех, або кухня. *Гарячий цех* займає центральне місце на виробництві: тут здійснюється теплова обробка всіх продуктів, напівфабрикатів, доводяться до готовності перші і другі страви, гарніри, невеликі підприємства, які не мають кондитерського цеху, у гарячому цеху роблять також випічку кондитерських виробів, крім того, здійснюють теплову обробку продуктів холодного цеху.

*Гарячий цех* обладнують стелажем для запасу напівфабрикатів і чистого посуду. За відсутності складу добового запасу продуктів, а також при значній віддаленості холодного цеху від кухні в гарячому цеху встановлюють холодильну шафу.

*Холодний цех* - це один з основних виробничих цехів, де організовується випуск салатів, різного роду закусок, сезонних холодних перших блюв, десертів на основі желе, а також охолоджують напої зварені в гарячому цеху. Виготовлення, порціонне оформлення та оздоблення блюв повинно проводитись за умов, що забезпечують оптимальний температурний режим їх подачі +14°C.

У холодних цехах передбачається технологічна лінія для нарізки сирих і варених овочів і готуванню салатів з них. Механізована нарізка овочів підвищує продуктивність та дозволяє досягти ідеальних параметрів шинкування, що є одним з якісних показників салатів.

*Основні вимоги до роботи холодного цеху:* дотримання санітарно-гігієнічних норм, температури та строків зберігання продукції; розмежування ланок нарізання відварених та сирих овочів, а також ланок нарізання гастрономічних, м'ясних та рибних продуктів; усі продукти зберігаються в холодильних камерах або шафах за температури не більше як 8°C.

### **Питання для самоконтролю**

1. Назвіть структуру технологічних машин.
2. Як класифікується механічне устаткування за функціональним призначенням та структурою циклу?
3. Охарактеризуйте будову та принцип дії подрібнювальних машин з конусним і дисковим робочим органом.
4. На які види за функціональним призначенням поділяється теплове устаткування?
5. Вкажіть особливості теплової обробки продуктів у НВЧ-апаратах.
6. Перерахуйте робочі елементи електричної плити.
7. Охарактеризуйте конструктивні особливості та призначення мармітів.
8. На які види поділяється торговельне холодильне устаткування?
9. Охарактеризуйте холодильні агенти, що застосовуються при машинному охолодженні.
10. Яке обладнання використовується при зберіганні продуктів у холодильних камерах?

## **Тема 11**

### **Процеси системи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві**

План теми:

- 11.1. Якість як об'єкт управління.
- 11.2. Розвиток систем управління якістю.
- 11.3. Загальна характеристика системи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві.
- 11.4. Процеси системи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві.

#### **11.1. Якість як об'єкт управління**

Система управління якістю базується на засобах реалізації управління видами діяльності, які впливають на досягнення якості і, таким чином, на задоволенні потреб споживачів та на встановленій методології керівництва всіма факторами, що зможуть впливати на якість. Ця система повинна включати: встановлення цілей; чітку організаційну структуру; чіткий розподіл і

затвердження обов'язків; розроблені та затверджені процедури (методики) і процеси на всі можливі види діяльності, що реалізуються у виробництві товару чи послуги; встановлені вимоги до кваліфікації та періодичної підготовки персоналу; розроблені і затверджені стандарти, технічні умови, конструкції та ін.

Загальне управління якістю здійснюється за допомогою системи управління якістю. *Системи управління якістю* – це сукупність структури і процедур, процесів і ресурсів, необхідних для реалізації управління якістю. Вона повинна бути складовою частиною системою управління організації і має створювати у керівництва організації та/або споживача впевненість у тому, що продукція або послуга буде відповідати встановленим вимогам до її якості. При цьому масштаб системи якості повинен відповідати завданням організації в галузі якості (політики у галузі якості).

*Обслуговування туристів* – проблема комплексна, її вирішення передбачає ефективне використання всіх важелів, різних форм і методів впливу. В основу вирішення цієї проблеми покладено системний підхід: єдність і взаємодія організаційних, технічних, економічних, соціологічних правових заходів.

*Якісне обслуговування* – це сукупність властивостей і ступеню корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби туристів.

У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устаткування й обладнання, різноманітності її типів істотно залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних туристичних районах країни.

Якість обслуговування є основною умовою високої конкурентної спроможності запропонованих послуг на світовому готельному ринку.

Система визначення рівня якості готельних послуг в Україні базується на стандарті ДСТУ-ISO 9002 з урахуванням вимог ДСТУ-ISO 9004-2. Відповідно до Закону України «Про заходи щодо подальшого розвитку туризму» була введена обов'язкова сертифікація якості готельних послуг відповідно до цих стандартів. Сертифікат відповідності якості видається на термін не більше п'яти років.

Глобальна концепція законодавчого забезпечення якості послуг на європейському ринку спирається на три фундаментальних положення: систему управління якістю в готелі; контроль якості готельних послуг; єдину оцінку відповідності якості (сертифікацію) послуг.

Формування якості послуги починається на стадії її проектування. Так, у фазі дослідження розробляють принципи надання нових для готелю послуг, проводять підготовку готелю до їх надання клієнтам.

На якісне обслуговування в готелі впливають такі фактори: стан матеріально-технічної бази; прогресивна технологія обслуговування; високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу; управління якістю обслуговування.

Керівництво несе відповідальність за розробку політики в сфері якості послуг і задоволення споживачів. Воно повинне розробити і документально оформити політику якості, що стосується: рівня якості і наданих послуг;

репутації готелю щодо якості; цілей забезпечення якості послуг; вибору підходу до досягнення цілей у сфері якості; ролі персоналу готелю, відповідального за реалізацію політики в області якості.

Реалізація політики в сфері якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей у сфері якості. Першочергові завдання повинні включати: постійне задоволення вимог споживачів; безперервне підвищення якості послуг; врахування соціальних потреб; ефективність при наданні послуг.

Для досягнення цілей у сфері якості керівництво повинне створити структуру системи якості, що забезпечить ефективність управління, оцінку і підвищення якості послуг на всіх етапах їх надання.

З метою забезпечення результативності та ефективності збирання та аналіз даних повинні являти собою цілеспрямовану, упорядковану і сплановану операцію, без будь-якого ризику або випадковості. Заходи щодо підвищення якості послуг повинні враховувати необхідність як короткострокового, так і довгострокового підвищення якості.

### ***11.2. Розвиток систем управління якістю***

На якість обслуговування у готелях впливають такі чинники: матеріально-технічна база; високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу; управління якістю обслуговування.

У міждержавному досвіді щодо визначення якості обслуговування виділяється два підходи: якість обслуговування визначається на основі оцінки корисних характеристик процесу надання послуг; оцінка недоліків в процесі обслуговування клієнтів.

Якість готельних послуг повинна відповідати встановленим стандартам. Форма і зміст стандартів є критерієм якісного обслуговування. Критерій оцінки якості готельних послуг для клієнта це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого і очікуваного. Критерієм задоволення клієнта – є бажання повторно відвідати і порекомендувати готель і залучити у готель більше клієнтів серед знайомих і родичів.

Основними напрямками реалізації стратегічних заходів у сфері якості готельних послуг повинні стати:

- розробка організаційно-економічного механізму територіального управління якістю готельних послуг;

- розробка єдиної системи державного контролю якості цих послуг; впровадження міжнародних стандартів та інших нормативних документів у практику готельного господарства;

- організація системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів з питань управління якістю в діяльності підприємств готельного господарства.

Система управління якістю готельних послуг повинна включати:

1. Завдання керівництва (політика у сфері якості, організація).
2. Систему документації і планування.
3. Документацію вимог і їх здійсненність.

4. Якість під час розробки (планування, компетентність, документація, перевірка, результат, зміни).
5. Якість під час закупівель, зберігання та переміщення ТМР (документація, контроль).
6. Якість під час надання послуг (планування, інструкції, кваліфікація, контроль).
7. Перевірка якості (вхідні перевірки, міжопераційний контроль, остаточний контроль).
8. Коригувальні заходи.
9. Документування якості.
10. Внутрішній контроль за системою підтримки якості в готелі.
11. Навчання персоналу з питань якості послуг.
12. Аналіз якості і систем вжитих заходів.

Таким чином, ефективне управління якістю послуг у готелях передбачає створення системи стратегічного планування, підвищення якості послуг, дотримання норм стандартів обслуговування, системи контролю пропонованих послуг.

Враховуючи прогресивний характер стандартів ISO серії 9000, система стандартизації готельних послуг в Україні постійно удосконалюється, що має призвести до суттєвого підвищення конкурентоспроможності вітчизняних готельних підприємств на світовому ринку.

### ***11.3. Загальна характеристика системи управління якістю (СУЯ) продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві***

*Сертифікація продукції (послуг)* – це діяльність щодо підтвердження відповідності продукції установленим вимогам; Сертифікацію здійснюють з метою створення умов для діяльності підприємств на вітчизняному ринку, а також для участі в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві. У сприяння споживачам у компетентності щодо вибору продукції (послуг); захисту споживачів від неякісної продукції (послуг).

Сертифікація послуг підприємств готельного господарства:

- диференціює засоби розміщення залежно від асортименту та якості наданих послуг;
- забезпечує споживача достовірною інформацією про те, що категорія засобу розміщення підтверджена результатами класифікації і відповідає категорії, що встановлена нормативними документами;
- забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- сприяє розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;
- зміцнює довіру споживачів до якості готельних послуг.

Об'єктами обов'язкової сертифікації є готельні послуги, що надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, оздоровчі заклади, заклади відпочинку, місця для короткотермінового проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг.

Порядок проведення обов'язкової сертифікації передбачає:

- подання заявки на обов'язкову сертифікацію;
- розгляд і прийняття рішення за заявкою і визначення схеми сертифікації;
- проведення випробувань (перевірок) з метою обов'язкової сертифікації;
- аналіз одержаних результатів і прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності та укладення ліцензійної угоди;
- реєстрацію і видачу сертифіката відповідності та підписання ліцензійної угоди;
- інформування про результати обов'язкової сертифікації готельних послуг.

#### ***11.4. Процеси СУЯ продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві***

*Управління якістю продукції* – це встановлення, забезпечення і дотримання необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації, що досягається шляхом систематичного контролю за якістю і цілеспрямованого впливу на умови й фактори, від яких вона залежить. Система управління якістю продукції має багато-рівневий комплексний характер. Вона забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів. Управління охоплює основні елементи виробництва, які впливають на якість продукції: засоби праці, предмети праці, саму працю.

*Політика у сфері якості* – це офіційно сформульовані вищим керівництвом загальні наміри і спрямованість діяльності організації у зв'язку з якістю. Політика щодо якості становить основу для встановлення конкретних завдань у цій сфері та їх відповідного документування.

*Система якості* – це сукупність усіх чинників (ресурси, персонал, оргструктура та ін.), що впливають на якість кінцевої продукції. Система якості має забезпечити створення продукту, котрий відповідає сучасним виробничо-технічним досягненням та вимогам споживачів.

*Якість* – це здатність продукції (послуг) задовольняти потреби споживачів. Таким чином, підприємству не достатньо випускати продукцію, що відповідає вимогам державних стандартів і іншій нормативній документації (хоч це і є обов'язковим). Документація системи якості складається з трьох рівнів: настанова з системи якості; настанова з якості для кожного з процесів; процедури системи якості. При розробці документів системи якості особлива увага приділяється їх інформаційним зв'язкам і узгодженості між собою.

За своєю суттю контроль якості – це спосіб адміністративного управління. І вплив, який чинить контроль якості на всю організаційну структуру фірми, полягає у впровадженні як в організаційну, так і в технічну структуру підприємства заходів, спрямованих на забезпечення якості, що орієнтується на споживача.

*Показники системи якості включають:*

- політику у сфері якості та організацію цієї політики;
- систему документації та планування;

- якість під час розробки (планування, компетентність, документація, перевірка, результат, зміни або примітки);
- якість під час закупівлі, зберігання та переміщення товарно-матеріальних цінностей;
- якість під час надання послуг;
- перевірку якості (вхідні перевірки, міжнародний контроль, остаточний контроль);
- корегувальні заходи;
- документування якості;
- внутрішній контроль за системою підтримки якості на підприємстві;
- навчання персоналу з питань якості;
- аналіз якості і систем вжитих заходів.

На якість продукції впливають численні фактори, які діють і самотійно, і у взаємозв'язку між собою, як на окремому етапі життєвого циклу продукції, так і на кількох. Усі фактори об'єднані у чотири групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні.

Критерії оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність очікуваного і отриманого.

*Стандартизація якості.* В сучасних умовах управління якістю багато в чому базується на стандартизації. Стандартизація є нормативним способом управління. Її дія на об'єкт здійснюється шляхом встановлення норм і правил, оформлених у вигляді нормативного документа і мають юридичну силу.

*Технічні умови* – це нормативно-технічний документ, що встановлює додаткові до державних стандартів, а при їх відсутності самотійні вимоги до якісних показників готельних послуг, а також прирівнювані до цього документа технічний опис, рецептура, зразок-еталон.

ТУ встановлюють вимоги до продукції, призначеної до самотійного постачання (виконання, надавання) та регулюють відносини між виробником (постачальником) та споживачем (користувачем). ISO серії 9000 забезпечують відвідувачу право активніше впливати на якість готельних послуг; забезпечують законодавчу базу, що передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування.

Застосування готельними комплексами в Україні сертифікації готельних послуг в умовах ринкових відносин дає наступні переваги:

- забезпечує довіру внутрішніх і зарубіжних споживачів та партнерів до якості готельних послуг;
- полегшує і спрощує вибір необхідних готельних послуг споживачам;
- забезпечує споживачам отримання об'єктивної інформації про якість готельних послуг;
- сприяє тривалішому успіху і захисту в конкурентній боротьбі;
- стимулює поліпшення якості обслуговування в готельних комплексах шляхом встановлення в них прогресивніших вимог;
- сприяє підвищенню організаційно-технічного рівня управління якістю обслуговування;
- стимулює прискорення НТП.



## Тема 12

### Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства

#### План теми:

- 12.1. Основні методи визначення якості продукції та послуг.
- 12.2. Методика комплексної оцінки якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.
- 12.3. Вимоги до показників якості у готельно-ресторанному господарстві.
- 12.4. Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства

#### **12.1. Основні методи визначення якості продукції та послуг**

Успішне здійснення управління якістю на етапі надання послуг створює значні можливості для:

- поліпшення надання послуг і задоволення вимог споживача;
- підвищення продуктивності, ефективності і скорочення витрат;
- розширення ринку.

Керівництво несе відповідальність за розробку політики в сфері якості послуг і задоволення споживачів. Її успішна реалізація залежить від тієї уваги, яку керівництво приділяє розробці та ефективному функціонуванню системи якості. Реалізація політики в сфері якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей у сфері якості.

Для досягнення цілей у сфері якості керівництво повинне створити структуру системи якості, що забезпечить ефективність управління, оцінку і підвищення якості послуг на всіх етапах їх надання.

Всі елементи послуги, вимоги і положення, що належать до системи якості, повинні бути визначені і документально оформлені як частина всієї документації даного готелю. Відповідна документація щодо системи якості має включати посібник з якості, який повинен забезпечити опис системи якості та на який в подальшому буде даватися посилання. Необхідно встановити методику контролю за виданням, поширенням і переглядом документів.

Внутрішні перевірки якості необхідно проводити періодично як для контролю застосування та ефективності системи якості, так і для дотримання специфікацій послуг, специфікацій надання послуг і специфікацій управління якістю.

*Показник якості* – це кількісна характеристика однієї або кількох властивостей продукції за певних умов її створення, експлуатації або споживання.

*Ідентифікація харчових продуктів* – це виявлення відповідності їхніх характеристик, указаних при маркуванні, у супровідних документах чи в інших засобах інформації, висунутим до них вимогам.

*Критерії ідентифікації* – це характеристики товару, які дозволяють ототожнювати найменування представленого товару з найменуванням, що вказане на маркуванні та/чи в товаросупровідних документах, а також з вимогами, встановленими нормативними документами. У нормативних

документах та правилах Сертифікації продовольчих товарів передбачені три групи показників: органолептичні, фізико-хімічні та безпеки.

Крім загальних органолептичних показників, деяким харчовим продуктам властиві і специфічні: внутрішня будова, прозорість, співвідношення твердої та рідкої фракцій. Ці показники також можуть бути використані з метою ідентифікації.

Таким чином, органолептичні показники недостатньо достовірні не можуть буди тільки єдиними критеріями ідентифікації і повинні бути доповнені фізико-хімічними показниками. Але фізико-хімічні показники специфічні і характерні для окремих груп харчових продуктів, а інколи навіть для окремих видів. Перелік загальних фізико-хімічних показників досить обмежений і вони не завжди підходять для ідентифікації.

## ***12.2. Методика комплексної оцінки якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства.***

Класифікація показників якості послуг:

- 1) показники функціонального призначення;
- 2) показники соціального призначення;
- 3) ергономічні показники;
- 4) естетичні показники;
- 5) показники безпеки;
- 6) екологічні показники;
- 7) патентно-правові показники.

*Контроль якості послуги* – сукупність операцій, що включає проведення вимірювань, випробувань, оцінки однієї або декількох характеристик послуги та порівняння отриманих результатів з встановленими вимогами.

*Система якості* – сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів і ресурсів, що забезпечує здійснення загального керівництва якістю. У системі якості виділяються три напрями: забезпечення якості; поліпшення якості; управління якістю.

*Стандарт* – нормативний документ, розроблений на основі угоди більшості зацікавлених сторін і прийнятий визнаним органом або затверджений підприємством, в якому встановлені для загального і багаторазового використання правила, загальні принципи, характеристики, вимоги та методи, що стосуються певних об'єктів стандартизації, і який спрямований на досягнення оптимальної ступеня упорядкування в певній галузі.

*Об'єкт стандартизації* – продукція, послуги і процеси, які неодноразово відтворюються і / або використовуються. Саме стандарт, по суті, визначає умови і методи, що забезпечують показники якості.

*Стратегія обслуговування* – це генеральний план дій, що визначає пріоритети стратегічних цілей в обслуговуванні, досягнення яких служить формуванню позитивного іміджу туристичної фірми, постійної клієнтури і стійкої фінансової позиції на ринку.

*Сертифікація* – сукупність дій і процедур, проведених з метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідають певним стандартам чи технічним умовам.

*Суб'єкти сертифікації* – суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні послуги. *Об'єкти сертифікації* – готельні послуги, які надаються суб'єктами туристичної діяльності (готелі, мотелі, туристичні бази, гірські притулки, кемпінги, оздоровчі заклади, будинки відпочинку, місця для короткочасного проживання в інших приміщеннях), процес надання послуг.

Одним з основних способів, за допомогою якого заклади гостинності, готельні ланцюги, а також звичайні підприємства, що пропонують послуги можуть виокремити себе з-поміж інших, – надання споживачам послуг більш високої якості, ніж у конкурентів. Багато компаній зрозуміли, що чудову якість обслуговування може забезпечити їм значну конкурентну перевагу, результатом якого стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку. Деякі компанії, через надаваного ними найвищої якості послуг стали вже легендарними.

### ***12.3. Вимоги до показників якості у готельно-ресторанному господарстві.***

Якість, після ціни, є другим основним інструментом, який формує структуру

Визначення якісного рівня туристичного підприємства є складним і неоднозначним завданням з огляду на особливості туристичного продукту, який вирізняється:

- комплексністю комплементарних послуг (наприклад, розміщення, харчових, транспортних, страхових, екскурсійних послуг тощо);
- не матеріальним характером (відсутність відчуття, форми, кольору, можливості транспортування);
- нерозривністю виробництва й споживання (присутність споживача під час надання послуги);
- тісним зв'язком послуги з її виконавцем (суспільне значення в економіці продукту – розуміння потреб, гостинність, відчуття безпеки);
- суб'єктивністю оцінки продукту (складність об'єктивізації);
- сезонністю потреб туристичних послуг;
- часовою різницею між купівлею і споживанням;
- впливами зовнішніх чинників (політичних, суспільних, економічних тощо).

Визначення рівня якості відбувається в три етапи:

- 1) вступний етап, який стосується з'ясування: споживчих ознак послуги, які формують її споживчу вартість;
- 2) розряду рівня вимог, які висувають до послуг окремі групи споживачів, та можливості використання розрядів (залежно від окремих якісних показників);
- 3) оцінювання раціональності послуги; порівняння рівня якості послуг із можливими замінниками вищого або нижчого рівня.

Визначення якості туристичних послуг полягає у проведенні аналізу багатьох аспектів взаємопов'язаних елементів туристичного продукту. Ступінь відчутого задоволення залежить, з одного боку, від властивостей ознак придбаної послуги, а з іншого – від сподівань клієнтів. Необхідно намагатися, аби різниця між очікуваною та отриманою послугою була щонайменшою. У процесі дослідження якості варто враховувати пізнання потреб і вимог, а також пропозиції й думки клієнтів. Лише за таких умов можна говорити про ознаки створеного продукту виробником послуг та про ідентифікатори якості, які сприймає клієнт. Ознаки продукту можуть формуватися перед, під час і після процесу надання, що дає можливість керувати цим процесом.

Ідентифікатори якості зумовлюють оцінку цього продукту клієнтом у процесі надання або після його завершення. Це означає, що чим точніше описати процес надання послуги, тим більшою буде вірогідність формування й упорядкування передумов забезпечення їх високої якості. Отже, продавець послуг зможе задовольнити потреби відповідно до сподівань клієнта, котрий, своєю чергою, досягне певної користі через задоволення.

#### ***12.4. Оцінка якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства***

Виявити смислове поняття якості важливо у зв'язку з постійною потребою вирішити цілий ряд найважливіших практичних проблем вітчизняної економіки, так або інакше зв'язаних з урахуванням якості продукції.

До цих проблем перш за все належать:

- вимірювання продуктивності суспільної праці;
- визначення ефективності капітальних вкладень і нової техніки;
- оцінка результатів виробничої і господарської діяльності підприємства;
- теорія і практика ціноутворення.

Для якості у виробничо-технічному сенсі можна виділити три різні поняття, що відрізняються один від одного повнотою обліку окремих властивостей виробу:

– якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення;

– одиничний показник якості продукції – показник якості продукції, що відноситься тільки до однієї з її властивостей;

– комплексний показник якості продукції – показник якості продукції, що відноситься до декількох її властивостей;

– інтегральний показник якості продукції – комплексний показник якості продукції, що відображає співвідношення сумарного корисного ефекту від експлуатації або споживання продукції і сумарних, витрат на її створення і експлуатацію або споживання.

– головна (одинична) якість – якість, що ототожнюється з якимсь що одним визначає, домінуючою властивістю, що характеризує споживну вартість даного продукту праці, при умовному абстрагуванні від всіх інших його властивостей. Вибір такої властивості повинен бути обумовлений і підкріплений достатньо

тривалою і стійкою практикою його застосування саме як синоніма якості цього продукту праці. Наприклад, по відношенню до бетону головною якістю може бути міцність; для наручного годинника – середній добовий хід (точність);

– інтегральна якість – якість, визначувана сукупністю всіх функціональних, естетичних і економічних властивостей, тобто виражає сукупність споживчої вартості і сумарних витрат на виробництво і споживання цього продукту праці.

Дослідження якості продукції із застосуванням трьох різних понять (одинична якість, якість, інтегральна якість) добре узгоджуються з трьома напрямками в трактуванні понять і термінів «якість продукції».

*Оцінка якості* – перший і основний етап системи управління якістю. Для вирішення питань організації і впровадження державної системи управління якістю, що включає питання планування, прогнозування, оптимізації та інші, необхідно розробити об'єктивні методи оцінки якості.

Однією з найважливіших форм управління якістю продукції є її атестація. Державна атестація якості продукції повинна базуватися на об'єктивних і надійних методах оцінки якості.

Проте в даний час оцінка якості продукції зустрічається зі все великими і великими труднощами, які носять об'єктивний характер і мають стійку тенденцію до зростання, визначувану особливостями су-часного масового промислового виробництва і розвитком товарообміну.

Термін «кваліметрія» дуже зручний: він лаконічний і достатньо точно передає зміст поняття «вимірювання якості»; складові частини його зрозумілі для людей, що говорять на різних мовах; характер терміну дозволяє легко утворювати будь-які потрібні похідні слова: наприклад, учений, дослідник, що займається кваліметрією, – кваліметролог, підхід до вивчення якогось предмету з погляду вимірювання його, якості – кваліметричний підхід і т. д. У кваліметрії уживаються два терміни – вимірювання і оцінка.

*Завдання кваліметрії* – розробка і розвиток всіх методів оцінки якості (як комплексних, так і диференціальних). В деяких випадках досить мати тільки диференціальну оцінку однієї з властивостей якості.

### **Питання для самоконтролю теми 11-12**

1. Історія розвитку систем управління якістю.
2. Основні поняття управління якістю.
3. Загальна характеристика принципів управління якістю.
4. Процесний підхід до управління якістю.
5. Системний підхід до управління.
6. Принцип постійного поліпшення управління якістю.
7. Принцип прийняття рішень на підставі фактів.
8. Політика у сфері якості.
9. Цілі у сфері якості.
10. Структура документації системи управління якістю підприємства сфери туристичних та готельних послуг.

## Тема 13

### Інформаційні технології та автоматизація процесів управління підприємствами індустрії гостинності

План теми:

- 13.1. Інформаційні системи в готельно-ресторанному бізнесі.
- 13.2. Застосування Інтернет-технологій у готельно-ресторанному господарстві
- 13.3. Автоматизація діяльності готельно-ресторанних комплексів.

#### ***13.1. Інформаційні системи в готельно-ресторанному бізнесі***

Інформаційні системи в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Стратегічна мета інформаційних технологій – сприяти управлінню готельним комплексом, реагувати на динаміку ринку, створювати, підтримувати та поглиблювати конкурентні переваги.

За періодичністю надходження аналітична інформація підрозділяється на регулярну і епізодичну. До джерел регулярної інформації відносяться планові та облікові дані. Епізодична інформація формується в міру необхідності, наприклад відомості про нового конкурента.

У діяльності великих готельних комплексів передача інформації є неодмінним і першорядним чинником нормального їх функціонування. При цьому особливе значення набуває забезпечення оперативності та достовірності відомостей.

Важливу роль у використанні інформації відіграють способи її реєстрації, обробки, накопичення і передачі; систематизоване зберігання і видача інформації в необхідній формі; виробництво нової числової, графічної та іншої інформації. Інакше кажучи, необхідно розглянути технологію інформаційної діяльності.

#### ***13.2. Застосування Інтернет-технологій у готельно-ресторанному господарстві***

Планування розвитку інформаційних ресурсів стає визначальним для оптимізації управління з метою підвищення його ефективності та зменшення суспільних витрат на підтримку діяльності підприємства (рис.13.1).

В світі готельні комплекси є одними з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій. Частково це витікає, з природи інформації, яка використовується в індустрії гостинності. Сьогодні будь-який готельний комплекс має справу з потоками різної інформації, які погребують швидкої і оперативної обробки. Інформаційна система для автоматизації управління служб у готельних комплексах будується в архітектурі «клієнт-сервер».

Критерії, що визначають досягнення мети, відображено на рис. 13.2.

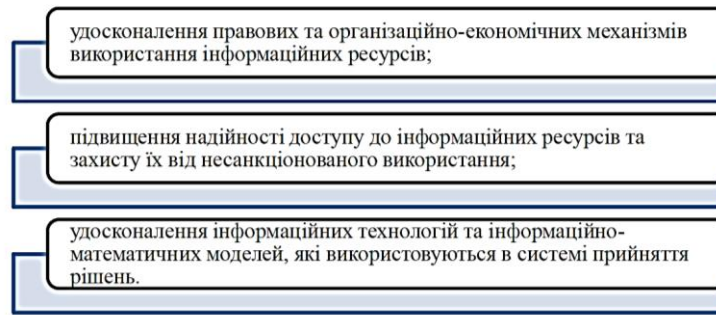


Рисунок 13.1. Основні напрями планування розвитку інформаційних ресурсів підприємств

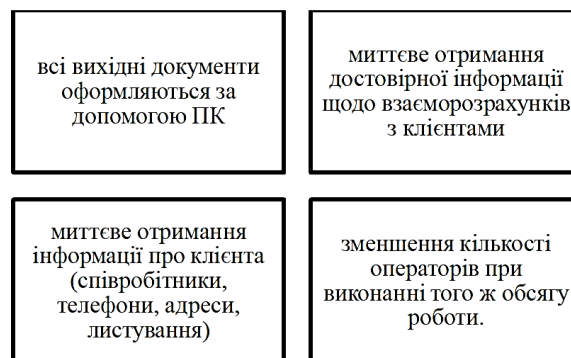


Рисунок 13.2. Критерії ефективності впровадження інформаційних систем в готельно-ресторанному бізнесі

Готельно-ресторанний комплекс, налаштований на тривале існування на ринку, і необхідно уважно поставитися до розробника програмного продукту, це повинна бути достатньо велика компанія, яка націлена на розвиток і займає певне місце на ринку. Інформаційна система у готельно-ресторанних комплексах повинна формуватися і вдосконалюватися з урахуванням перерахованих вище вимог, що є необхідною умовою підвищення дієвості та ефективності управління.

На сьогодні існують різні глобальні мережні системи бронювання (CRS – computer reservation systems). Багато фірм, що відповідають за експлуатацію класичних CRS, ведуть розробки програм, що дозволяють працювати з цими системами через Інтернет. Система бронювання дозволяє готелю внести інформацію про себе в довідкову систему, і вона стає доступною всім турагентам, що зайняті реалізацією послуг цього готелю, а також всім потенційним клієнтам.

#### ***13.4. Автоматизація діяльності готельно-ресторанних комплексів***

В готельних комплексах є різні рівні управління, для яких необхідні свої типи інформаційних систем. У свою чергу, співвідношення ролей менеджерів і комп'ютерів у прийнятті рішень також залежить від типів інформаційних систем.

Інформаційні системи та готельні комплекси мають взаємний вплив один на одного. З одного боку ІС необхідні готельному комплексу для забезпечення необхідною інформацією. В той же час готельний комплекс повинен слідкувати за розвитком інформаційних систем і освоювати нові технології в цій області.

Система інформаційних технологій у готельному комплексі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухомих засобів сполучення і т. ін.

Під час використання в готельному комплексі принципів управління за відхиленнями до створюваних звітів висуваються певні вимоги (рис. 13.3).

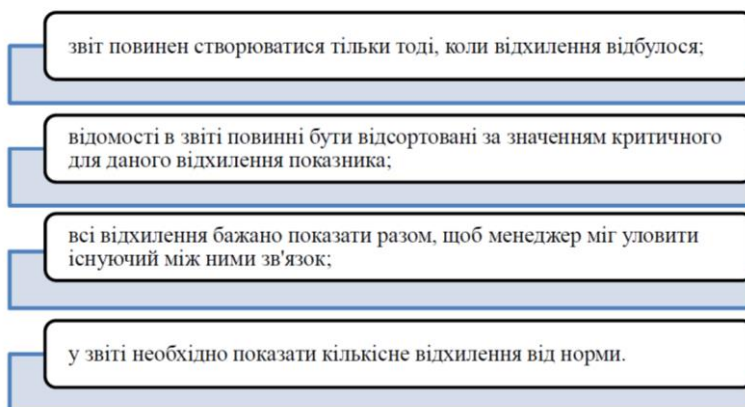


Рисунок 13.3. Вимоги принципів управління за відхиленнями до створюваних звітів

Розвиваючись, готельний комплекс стикається з серйозними проблемами у інформаційних потоках (рис. 10.4).

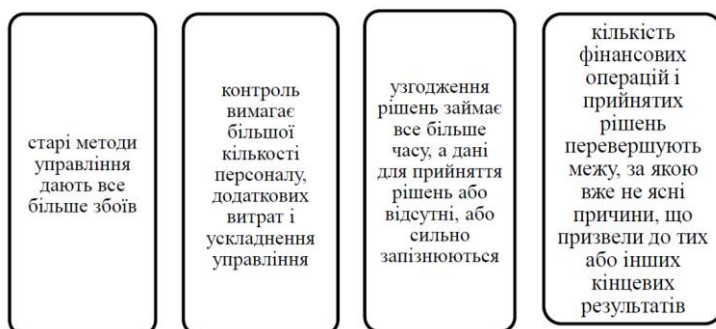


Рисунок 10.4. Основні проблеми у інформаційних потоках під час розвитку готельно-ресторанних комплексів

Інформаційна система готелю дозволяє у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими, отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, які категорії гостей отримують конкретні послуги, у який час і як змінюються їхні смаки тощо. Впровадження автоматизованої інформаційної системи дозволяє скоротити витрати на роботу



силу приблизно на 30%, знижуючи потребу в ній, а, отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть менші від цих самих показників при використанні старого підходу.

Впровадження інформаційної системи відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань готельного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє готелю реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання і водоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників готелю.

Велике значення для ефективної управлінської політики має аналіз характеристик як туристського ринку, так і світових досягнень у теорії та практиці управління.

### **Питання для самоконтролю**

1. В чому полягає сутність інформаційних технологій?
2. Які основні складові інформаційних технологій на підприємствах індустрії гостинності?
3. В чому сутність, значення і особливості інформаційного забезпечення підприємств готельно-ресторанного бізнесу?
4. Яка роль інформаційних технологій в управлінні підприємством готельно-ресторанного бізнесу?
5. Види сучасних інформаційних технологій у готельному комплексі.
6. В чому суть та функції інформаційних центрів у готельному комплексі?
7. Шляхи вдосконалення та перспективи інформаційних технологій в готельних комплексах.
8. Напрями вдосконалення інформаційної системи в готельному комплексі.
9. Які основні переваги формування комплексної інформаційної системи?
10. Переваги впровадження в діяльність готелю систем автоматизації управлінської діяльності.

## **Тема 14**

### **Барна справа та організація роботи сомельє**

План теми:

- 14.1 Особливості організації та функціонування барів.
- 14.2 Організація обслуговування споживачів.
- 14.3 Організація роботи сомельє та карта вин ресторану і правила її складання.

#### ***14.1. Особливості організації та функціонування барів***

*Під баром розуміється заклад ресторанного господарства з барною стійкою, що реалізує змішані, міцні, алкогольні, слабоалкогольні і безалкогольні напої, закуски, десерти, борошняні і кондитерські та булочні вироби, покупні товари.*

*Форми обслуговування в барах: бармен за барною стійкою; офіціанти; змішане. Класифікація барів (табл. 14.1)*

Таблиця 14.1

Різновиди барів

Класифікація барів	Різновиди барів
За рівнем обслуговування та номенклатурою наданих послуг	1. Клас «люкс» – вишуканість та високій рівень комфортності; широкий вибір послуг, напоїв, коктейлів на замовлення та фірмових напоїв. 2. Клас «вищий» – оригінальність інтер'єру, комфортність, досить широкий вибір послуг, напоїв, коктейлів на замовлення та фірмових. 3. Клас «перший» – менший обсяг послуг, напої, коктейлі нескладного приготування, у т. ч. на замовлення; обслуговування офіціантами та барменом.
За призначенням	1. Танцювальні бари; 2. Ігрові бари; 3. Діско-бари; 4. Експрес-бари; 5. Вар'єте-бари.
За асортиментом напоїв та виробів	1. Винні бари, коньячні бари, пивні бари, молочні бари; 2. Снек-бари, коктейль-бари, гриль-бари, салат-бари, 3. Вітамінні бари, суші-бари, смузі-бари.

Структура барів включає виробництво, реалізацію та організацію споживання продукції з організацією відпочинку та розваг споживачів.

Підприємства такого типу доцільно розміщати в адміністративних, культурних, торгових центрах, мікрорайонах великих міст (при ресторанах, кафе, готелях). Оптимальна кількість місць у них – 10, 25, 50, 75 і 100.

Відвідувачів обслуговують біля стійки бармени, а за столиками – офіціанти. Асортимент реалізованої продукції складається з виногорілчаних виробів високої якості, освіжаючих напоїв, коктейлів, а також невеликої кількості холодних і гарячих закусок.

#### **14.2. Організація обслуговування споживачів**

Бармен – це людина, що експлуатує бар відповідно до правил і атмосфери закладу, має низку професійних обов'язків: вітає, інформує, дає раду своїм гостям, приймає і виконує їхні замовлення.

*Вимоги до бармена:* психофізіологічні; санітарні; кваліфікаційні.

*Підготовка до обслуговування гостей* включає ряд етапів:

1. Підготовка до відкриття – займає майже третину робочого часу;
2. Підготування та оформлення вітрини;
3. Підготування продуктів;
4. Підготування келихів;
5. Підготування додаткового інвентарю;
6. Способи продажу напоїв;
7. Порядок і форми розрахунку. Контроль за обігом грошових коштів у барах здійснюється за допомогою:
8. Техніка виконання численних замовлень:

### ***14.3. Організація роботи сомельє та карта вин ресторану і правила її складання***

Сомельє – спеціаліст, який відповідає за подавання напоїв у ресторані, дає поради щодо їх вибору, а також подає або слідкує за їх подаванням гостям.

До обов'язків сомельє, як правило, входить складання винної карти і підтримання, відповідно до неї, запасу вин у ресторані. У разі якщо в закладі є винний погріб, сомельє відповідальний за закупівлю вин або бере участь в обговоренні партій вин, які замовляються. Сомельє надає споживачам інформацію про вино. Завдяки йому подавання вин перетворюється у витончену церемонію.

Офіціанти і бармени, особливо у випадках, коли в штаті підприємства немає сомельє, повинні постійно удосконалювати прийоми і методи роботи при подаванні напоїв, поповнювати свої знання про асортимент і якість вин, можливості їх гармонійного поєднання зі стравами.

#### *Карта вин і її складання.*

При складанні карти вин важливо правильно підібрати їх асортимент, який би доповнював і вдало відтіняв страви даного ресторану. Послідовність запису напоїв у єдиній карті (прейскуранті) в нашій країні довгий час була такою: горілка та горілчані вироби, сухі і напівсухі вина (білі, рожеві, червоні), десертні вина, шампанське (ігристі вина), міцні вина (мадера, портвейн, вермут), коньяки (віскі, бренді), лікери, пиво, безалкогольні напої. У міжнародній практиці в неї включають також каву і чай. У нас вони знаходяться в меню страв і напоїв.

Вина кожного субрегіону також краще розміщувати по апеласьйонам за алфавітом. Використовувати такий критерій, як ціна, не рекомендується. Вина, які продаються на розлив (у більшості випадків це 2–4 позиції), краще об'єднати в окрему групу і винести на початок карти. Основні принципи підбору вин та інших алкогольних напоїв. Еногастрономія – це вдале поєднання вин та інших алкогольних напоїв зі стравами.

*Робоче місце сомельє.* Для обслуговування гостей напоями необхідно створити робоче місце, оснащене всіма необхідними меблями, інструментами, посудом та іншими аксесуарами. Для цього насамперед використовують приставний стіл невеликих розмірів (70x50 см), розкладний або стаціонарний, але обов'язково зручний при переміщенні від стола до стола. Перш ніж подавати вино, треба впевнитися, що воно не має ознак зіпсованості, й довести його до потрібної температури. Попередній контроль якості дозволяє уникнути подавання недоброякісного вина.

Кожне вино має власну температуру подавання. Однак можна вивести загальні правила. Відомо, наприклад, що сухі білі вина краще вживати при температурі погреба 11–12°C, тобто охолодженими, а червоні – «при кімнатній температурі», яка переважала в оселях, коли ще не існувало парового опалення 16–17°C. Для охолодження вина пляшку потрібно на 10 хвилин поставити у відерце з льодом і водою, для нагрівання достатньо просто виставити в зал. Охолодження білих, рожевих, ігристих вин називають фрапіруванням, нагрівання червоних – шамбрируванням.

### Питання для самоконтролю

1. Організація роботи бармена.
2. Групи приміщень у барах.
3. Які приміщення мають бути у барі за правилами СНіП і будівельними нормами.?
4. Що відноситься до групи торгових приміщень?
5. Способи постачання продукції в барах.
6. Види устаткування бару та їхня характеристика.
7. Види інвентарю та їхня характеристика.
8. Відомості що до інвентарю барного призначення.
9. Від чого залежить кількість виробничих приміщень бару?
10. Що входить до групи складських приміщень?

### Тема 15

#### Бізнес планування в готельно-ресторанному бізнесу

##### План теми:

- 15.1. Бізнес-план у системі планування діяльності готелів і ресторанів.
- 15.2. Інформаційне поле та підготовча стадія розробки бізнес-плану.
- 15.3. Структура та основні розділи бізнес-плану.
- 15.4. План маркетингу.
- 15.5. Виробничий план.
- 15.6. Організаційний план.
- 15.7. Фінансовий план.
- 15.8. Оцінка ризиків.

#### ***15.1. Бізнес-план у системі планування діяльності готелів і ресторанів***

*Бізнес-план підприємства індустрії гостинності* – це план початку підприємницької діяльності, концепція бізнесу, яка відображає вихідну стратегічну ситуацію і перспективу розвитку справи.

У бізнес-плані формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні і слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту. Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції: зовнішню і внутрішню.

Бізнес-планування підприємств готельного господарства має ряд специфічних особливостей, порівняно з іншими видами бізнесу. По-перше, на ринку послуг гостинності в готельному господарстві існує достатньо серйозна конкуренція відносно рівня обслуговування. По-друге, бізнес-план повинен враховувати технологічні особливості готельного підприємства. Найважливішим його розділом є фінансові обґрунтування діяльності готельного підприємства. По-третє, політику цін необхідно будувати на одному сегменті. Групи товарів або послуг з різними цінами залучають різні сегменти ринку. Це

важливо і тому, що на сегмент працюють не тільки ціна, а й реклама, імідж, додаткові послуги – все, що повинно відпо-відати рівню і категорії споживача.

### ***15.2. Інформаційне поле та підготовча стадія розробки бізнес-плану***

*Інформаційне поле* бізнес-плану – це сукупність документів чи даних правового, політичного, економічного, комерційного, науково-технічного, зовнішньоекономічного та соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану.

*Стратегія* – це довгостроковий курс розвитку організації, який ґрунтується на усвідомленні сутності її виробничо-господарської та соціальної діяльності, способів досягнення її цілей.

*Стратегічне планування* – це процес (безперервний, системний, адаптивний, управлінський), набір дій і рішень, довготривала програма, планова робота.

*Етапи стратегічного планування:*

- інформаційне забезпечення стратегічного планування;
- установа місії та цілей організації;
- вибір методів аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

*Зовнішній аналіз* – це процес оцінки зовнішніх факторів, тобто таких, котрі об'єктивно утворюються в середовищі функціонування фірми, на яке вона безпосередньо не може впливати.

*Сприятливі можливості* – це фактори зовнішнього середовища, які допомагають досягненню цілей фірми.

*Загрози* – це зовнішні умови, які обмежують можливості фірми безперешкодно досягти потрібної мети.

*Внутрішній аналіз* – це процес оцінки факторів, які піддаються управлінню та контролю, тобто факторів, що є наслідками діяльності чи бездіяльності самого підприємця.

Існує багато аспектів діяльності, що можуть визначати сильні сторони фірми. Для впорядкування процесу їх оцінювання в рамках внутрішнього аналізу виокремлюють такі функціональні види діяльності та ресурсів: маркетинг; виробництво; персонал; дослідження і розробки; фінанси. Процес оцінки загального становища завершується порівняльним SWOT-аналізом.

### ***15.3. Структура та основні розділи бізнес-плану***

На зміст і структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу й обсяги фінансових потреб. Бізнес-план, як і будь-який інший документ, підлягає певним вимогам щодо стилю написання. Існують також і певні правила технічного оформлення бізнес-плану.

Резюме (1–2 сторінки тексту) включає найважливіші висновки з усього бізнес-плану і викладається так, щоб зацікавити читача докладніше вивчити цей план. У резюме необхідно:

- дати короткий опис концепції та суті започаткованого бізнесу;
- розкрити можливості бізнесу і стратегію їх реалізації;

- охарактеризувати цільовий ринок (основні споживачі, особливості їх обслуговування; очікувані обсяги продажу і частка ринку фірми);
- визначити найсуттєвіші конкурентні переваги фірми, які мають місце або будуть створені внаслідок реалізації прийнятої стратегії;
- подати основні фінансові показники майбутньої діяльності фірми (прибутковість, термін досягнення беззбитковості, окупність інвестицій тощо);
- спрогнозувати загальну потребу в коштах з виокремленням власного та позичкового капіталу.

#### **15.4. План маркетингу**

*Кон'юнктурні дослідження* – це цілеспрямований безперервний збір, аналіз та оброблення інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їхнього розвитку, прогнозування основних параметрів і розроблення можливих альтернатив для прийняття рішень.

Посередники є невід'ємним елементом мікросередовища підприємство, оскільки вони допомагають просувати та поширювати продукцію на ринок. *Вивчення посередників* передбачає аналіз: охоплення ринку; потенціалу торгового посередника; збутової мережі; фінансової стабільності; репутації посередника; інфраструктури ринку збуту тощо.

Вивчення основних конкурентів передбачає розгляд:

- частки ринку основних конкурентів;
- стратегії конкурентів;
- методів конкурентної боротьби;
- ефективності програми маркетингу: → товар → ціна → розподіл → просування → конкурентоспроможність фірми → конкурентоспроможність товарів.

«Маркетинг-план» повинен починатись з короткої характеристики загальної маркетингової стратегії, яка вказує на які властивості продукції (послуги) буде акцентуватись увага. *Компонентами розробки стратегії маркетингу* є: формування цінової політики підприємства; обґрунтування каналів збуту продукції; вибір способів організації рекламної кампанії; формування політики підтримки продукції (послуг) підприємства на ринку.

Важливе місце у «Маркетинг-плані» повинне бути відведене комунікативній політиці підприємства в межах реалізації бізнес-проекту. *Комунікативна політика* – сукупність перспективних заходів, направлених на планування та здійснення взаємозв'язку підприємства з усіма суб'єктами маркетингової системи на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних заходів.

#### **15.5. Виробничий план**

Основне завдання виробничого плану – довести, що фірма:

- реально спроможна організувати виробництво;
- здатна виготовляти необхідну кількість товарів відповідної якості;
- має можливості придбати необхідні для цього ресурси.

Виробничий план формується на основі плану збуту продукції (складеного у «Маркетинг-плані») та запроєктованих виробничих потужностей підприємства.

Інформація розділу «Виробничий план» покликана переконати інвестора в реальності вироблення продукції та надання послуги підприємствами готельно-ресторанного господарства з характеристиками й обсягами, описаними в попередніх розділах. У цьому розділі також приводяться:

- загальні відомості про підприємство;
- розрахунок виробничих витрат на запланований обсяг збуту, прями (змінні) й загальні (постійні) витрати на надання послуг;
- калькуляція собівартості продукції;
- кошторис поточних витрат.

У «Виробничому плані» необхідно провести детальний розрахунок потреби підприємства бізнес-проєкту у всіх видах ресурсів.

Планування потреби бізнес-проєкту у персоналі передбачає розрахунок на увесь період планування штатного розпису підприємства, визначення конкретної потреби підприємства в усіх категоріях працівників. Одним з важливих інструментів планування чисельності персоналу є розрахунок балансу робочого часу одного працівника.

Окрема увага приділяється переліку документів, необхідних для отримання ліцензії, і умовам, яким повинна задовольняти компанія, що отримує ліцензію. Витрати часу на пошук персоналу, отримання ліцензії і пошук приміщення враховуються під час розробки графіка реалізації проєкту. Також під час підготовки графіка реалізації проєкту враховується поступове зростання об'ємів діяльності в міру збільшення числа клієнтів. У рамках первинних витрат наводиться інформація про витрати на технологічне, торговельне обладнання, офісні меблі й оргтехніку, а також інші витрати, які необхідно здійснити перед початком діяльності підприємства готельно-ресторанного господарства.

### ***15.6. Організаційний план***

Основними цілями, які має поставити перед собою розробник бізнес-плану при опрацюванні розділу «Організаційний план» є:

- визначити найбільш доцільну форму власності та організаційно-правову форму підприємства;
- визначити на засновників (учасників) підприємства та зазначити основні умови статутної угоди (у випадку створення корпорації – зазначити основних акціонерів та розміри їх участі в капіталі підприємства; у випадку створення акціонерного товариства – показати скільки акцій і якого типу буде випущено);
- навести склад та коротку характеристику основного управлінського персоналу;
- обґрунтувати розподіл обов'язків основного управлінського персоналу підприємства, їх умови і форми оплати праці;
- обґрунтувати необхідність та потребу підприємницького проєкту у роботі консультантів;

- охарактеризувати кадрову політику підприємства;
- навести організаційну (виробничо-технологічну) структуру управління підприємством та реалізацією ним підприємницького проекту; здійснити оцінку цієї структури щодо відповідності цілям та стратегії підприємства; представити функції ключових підрозділів, склад та структуру дочірніх підприємств і філіалів, їх організаційні взаємозв'язки з основним підприємством;
- зазначити як буде здійснюватись робота по організації, координації та взаємодії служб і підрозділів підприємства; обґрунтувати потребу в автоматизованій системі управління чи створенні локальної інформаційно-облікової електронної мережі;
- розподілити та представити основні етапи робіт, які необхідно здійснити на момент початку реалізації бізнес-проекту, навести терміни цих етапів та їх вартість;
- представити і обґрунтувати необхідне правове забезпечення функціонування підприємства та реалізації ним бізнес-проекту.

Складаючи підрозділ «Власники бізнесу, команда менеджерів і зовнішні консультанти», слід мати на увазі, що потенційні інвестори оцінюватимуть не стільки здібності кожного окремого керівника, скільки збалансованість знань, кваліфікації та досвіду команди менеджерів фірми в цілому, їх сумісність для ефективної співпраці.

У цьому розділі бізнес-плану обов'язково треба подати організаційну схему управління фірмою, за допомогою якої легко зрозуміти, хто кому підпорядкований, з яких підрозділів складається фірма і як буде координуватися діяльність цих підрозділів.

Підрозділ організаційного плану «Кадрова політика і стратегія» має дати читачеві бізнес-плану уявлення про філософію фірми щодо вирішення кадрових питань. У цьому розділі необхідно роз'яснити, як будуть вирішуватися проблеми добору, підготовки та оплати праці співробітників фірми. Зокрема, тут мають бути висвітлені питання:

- конкретних строків комплектування штатів фірми;
- стандартів і процедур добору персоналу;
- структури заробітної плати, пакета пільг, премій, участі в прибутках фірми тощо.

### **15.7. Фінансовий план**

Основними завданнями «Фінансового плану» є:

- узагальнити результати всіх попередніх розділів бізнес-плану та звести воедино усі необхідні капіталовкладення для початку реалізації, а також інформацію про поточні витрати в межах підприємницького проекту, визначені в попередніх розділах бізнес-плану; обґрунтувати таким чином загальну потребу бізнес-проекту в інвестиціях;
- визначити джерела фінансування інвестицій по проекту та їх структуру;
- розробити план руху грошових коштів;
- скласти план чистого доходу та витрат;



- спрогнозувати плановий баланс підприємства (підприємницького проекту);
- розрахувати значення показників-індикаторів обсягів господарської діяльності підприємства (підприємницького проекту);
- розрахувати основні показники фінансової ефективності проекту.

Мета та особливості розробки фінансового плану визначають його зміст, послідовність і рівень деталізації опрацювання. Обґрунтований фінансовий план може бути використаний не тільки для залучення інвесторів і кредиторів, а й для оцінки результатів діяльності фірми після фактичного започаткування бізнесу. Крім того, фінансовий план часто є основою для опрацювання детального робочого бюджету фірми.

*План доходів і видатків* є першим фінансовим документом фінансового плану. Він характеризує загальні суми очікуваних доходів фірми та її витрат за певний період.

Логіка опрацювання плану доходів і видатків передбачає визначення загальної суми продажу продуктів фірми, від якої поступово відраховуються різні види витрат фірми і в результаті обчислюються: валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до сплати податків, чистий прибуток.

Для прогнозування обсягів продажу фірми використовується інформація, яку містить маркетинг-план, а також та, яку отримано в ході спеціальних досліджень ринку, опитування споживачів, торгових агентів, консультацій з експертами тощо.

*Аналіз беззбитковості* здійснюється через моделювання зв'язку між фінансовими результатами організації та обсягом виробництва. Його теоретичною основою є концепція неповної собівартості. Ця концепція передбачає включення до неповної собівартості продукції тільки витрат, виділених за певним критерієм (прямі витрати, змінні витрати, виробничі витрати). Інші поточні витрати відшкодовуються за рахунок виторгу від реалізації.

Сутність аналізу беззбитковості полягає у визначенні точки беззбитковості, де сукупний дохід від реалізації проекту дорівнює сукупним поточним витратам. Для розрахунку точки беззбитковості можна користуватися як алгебраїчним, так і графічним методами.

*Запас фінансової міцності* характеризує різницю між досягнутим (запланованим) обсягом реалізації та обсягом реалізації, який забезпечує беззбитковість господарської діяльності (порогом рентабельності).

### **15.8. Оцінка ризиків.**

Враховуючи широку кількість різних типів ризику у бізнес-плані необхідно визначити лише ті ризики, настання яких є найбільш вірогідним та які можуть завдати найбільш суттєвих збитків під час реалізації підприємницького проекту підприємства.

Перелік цілей, які повинні бути досягнуті при розробці розділу «Оцінка ризиків»:

- типи можливих ризиків і проблеми, які можуть виникати при реалізації підприємницького проєкту;

- способи реагування на небезпеки та загрози бізнесу у випадку їх виникнення;

- заходи щодо нейтралізації чи мінімізації можливих негативних наслідків.

Внутрішня логіка (структура) розробки розділу «Оцінка ризиків» містить етапи:

1. Окреслення усіх можливих ризиків, які можуть виникнути при реалізації підприємницького проєкту.

2. Попередня оцінка ризиків та відбір найбільш суттєвих (які потенційно можуть завдати найбільш суттєвих негативних наслідків майну підприємства та показникам ефективності його функціонування (реалізації підприємницького проєкту)).

3. Проведення оцінки впливу (кількісного та якісного аналізу) найбільш суттєвих ризиків.

4. Розробка заходів щодо недопущення чи мінімізації негативного впливу ризиків.

– оцінювання та аналіз факторів зовнішнього середовища;

– оцінювання та аналіз факторів внутрішнього середовища;

– прогнозування умов функціонування та результатів виробничо-господарської діяльності підприємства;

– обґрунтування інструментарію вибору стратегій;

– формування варіантів стратегій;

– вибір оптимальної стратегії;

– оцінювання стратегії на предмет відповідальності установленим критеріям.

### **Питання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте місце бізнес-плану в системі планування діяльності готелів і ресторанів.

2. Надайте класифікацію бізнес-планів.

3. Охарактеризуйте інформаційне поле та підготовчу стадію розробки бізнес-плану.

4. Визначте структуру та основні розділи бізнес-плану.

5. Визначте мету та завдання та послідовність розроблення розділу бізнес-плану «План маркетингу».

6. Визначте мету та завдання та послідовність розроблення розділу бізнес-плану «Виробничий план».

7. Сформулюйте основні цілі складання розділу бізнес-плану «Організаційний план».

8. Назвіть основні завданнями «Фінансового плану».

9. Надайте характеристику плану доходів і видатків.

10. Визначте цілі, які повинні бути досягнуті при розробці розділу «Оцінка ризиків».

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Основна література

1. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 329 с.
2. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. : у 3-х т. Т. 1. Готелі; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2016. 347 с.
3. Кашинська О.Є. Організація готельного господарства в схемах і таблицях : навч.-наочн. посіб. Старобільськ : ДЗ ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. Ч. 1. 188 с.
4. Корж Н.В., Левицька І.В., Онищук Н.В. Готельна справа : навч. посіб. Вінниця : Едельвейс і К, 2015. 580 с.
5. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація готельного господарства : навч.-практ. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с.

### Методична література

6. Брича В.Я. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Київ: Ліра, 2020. 484 с.
7. Коркуна О. та ін. Організація готельного господарства : навч.-метод. посіб. для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа денної та заочної форм навчання. Львів : Добра справа, 2019. 224 с.
8. Польова Л.В. Світове готельне господарство : навч.-метод. посіб. Київ : АртЕк, 2019. 274 с.

### Додаткова література

9. Паска М.З. Організація ресторанного господарства : конспект лекцій. Львів, 2019. 158 с.
10. Гончар Л. О., Беяк А. О., Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-3>
11. Гончар Л., Беяк А. Удосконалення механізму формування фінансової стійкості підприємств сфери гостинності. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-23>
10. International Hotels and Restaurants Associations (IH&RA). URL: <https://www.iso.org/organization/8774.html>
11. Hotel industry statistics. URL: <https://www.condorferries.co.uk/hotel-industry-statistics>
12. The World Tourism Organization is the United Nations agency. URL: <https://www.unwto.org/>
13. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення : ДСТУ 4527:2006. URL: <https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4527.pdf>
14. Будинки і споруди. Готелі : ДБН В.2.2.20:2008. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/03/DBN-V.2.2-20-2008.pdf>

Навчальне видання

**ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

Курс лекцій

**ТАТАР** Лариса Василівна  
**ОДАРЧЕНКО** Дмитро Миколайович  
**КУДРЯШОВ** Андрій Ігорович

Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman  
Папір для цифрового друку. Друк ризографічний.  
Ум. друк. арк. 10,0.

Наклад \_\_\_ пр.

ДБТУ

61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44