



**ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
„ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРОХОДЖЕННЯ ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ
здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»,
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 241 «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА
СПРАВА»**

Кваліфікація: бакалавр з готельно-ресторанної справи

Рекомендації для студентів

БЕЗРУЧЕНКОВ Юрій Володимирович
ГОВОРУХА Олена Олександрівна
КАШИНСЬКА Олена Євгенівна
ШЕХАВЦОВА Світлана Олександрівна

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРОХОДЖЕННЯ ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ
здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»,
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 241 «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА
СПРАВА»

Кваліфікація: бакалавр з готельно-ресторанної справи

Рекомендації для студентів

Старобільськ – 2021

Розповсюдження й тиражування без офіційного дозволу ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка” заборонено

УДК 378.22 :640.4(07)

Укладачі: Ю. В. Безрученков, О.О. Говоруха, О.Є. Кашинська, С. О. Шехавцова.

Рецензенти:

Бадер А.В. - доктор політичних наук, доцент, директор навчально-наукового інституту історії, міжнародних відносин та соціально-політичних наук;

Починкова М.М. - доктор педагогічних наук, доцент кафедри філологічних дисциплін.

Методичні рекомендації до проходження державної атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», кваліфікація: бакалавр з готельно-ресторанної справи: рекомендації для студентів / Ю. В. Безрученков, О.О. Говоруха, О. Є. Кашинська, С.О. Шехавцова; за ред. А.В. Гуцол. – Старобільськ: Вид-во ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”, 2021. – 88 с.

Рекомендації мають на меті допомогти студентам у підготовці до державної атестації на отримання кваліфікації бакалавра з готельно-ресторанної справи. Видання містить програми навчальних дисциплін, які виносяться на комплексний кваліфікаційний іспит, перелік теоретичних питань та практичних завдань, список рекомендованої літератури.

Рекомендовано для студентів IV курсу денної та заочної форм навчання.

УДК 378.22 :640.4(07)

Рекомендовано до друку Вченою радою Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 1 від 31 серпня 2021 р.)

© Безрученков Ю. В.,
Говоруха О.О., Кашинська О. Є.,
Шехавцова С. О. 2021 р
© ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”,
2021 р.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ | 5 |
| „Організація готельного господарства” (О. Є. Кашинська) | 8 |
| Програма дисципліни..... | 8 |
| Перелік теоретичних питань..... | 21 |
| Практичні завдання | 22 |
| Список рекомендованої літератури..... | 28 |
| „Організація ресторанного господарства” (Ю. В. Безрученков) | 30 |
| Програма дисципліни..... | 30 |
| Перелік теоретичних питань..... | 42 |
| Практичні завдання | 44 |
| Список рекомендованої літератури..... | 49 |
| „Менеджмент готельно-ресторанного господарства” (О. О. Говоруха) | 51 |
| Програма дисципліни..... | 51 |
| Перелік теоретичних питань..... | 54 |
| Практичні завдання | 56 |
| Список рекомендованої літератури..... | 60 |
| „Маркетинг готельного і ресторанного господарства” (О. О. Говоруха) | 63 |
| Програма дисципліни..... | 63 |
| Перелік теоретичних питань..... | 67 |
| Практичні завдання | 69 |
| Список рекомендованої літератури..... | 76 |
| „Іноземна мова (за професійним спрямуванням) ” (С. О. Шехавцова)..... | 80 |
| Програма дисципліни..... | 80 |
| Перелік теоретичних питань..... | 80 |
| Практичні завдання | 81 |
| Список рекомендованої літератури..... | 87 |

ВСТУП

Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня галузі знань «Сфера обслуговування» спеціальності «Готельно-ресторанна справа» визначає готельно-ресторанний бізнес як складову сфери обслуговування, як сферу професійної діяльності, яка передбачає формування, просування, реалізацію та організацію споживання готельних та ресторанних послуг, готельне та ресторанне обслуговування. Основними цілями навчання за таких умов є формування загальних і фахових компетентностей достатніх для успішного розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

Загальні вимоги до державної атестації. Державна атестація – це процес встановлення відповідності якості здобутої вищої освіти, рівня набутих професійних компетенцій випускника ВНЗ вимогам галузевих стандартів за напрямом підготовки.

Документом, що надає дозвіл на допуск студента до складання іспитів, є наказ ректора університету, підписаний за поданням завідувача кафедри туризму, готельної і ресторанної справи і заступника директора з навчальної роботи, яким одночасно затверджують склад екзаменаційних груп з числа студентів, що виконали всі вимоги навчального плану з відповідної спеціальності та допущені до проходження атестації.

Державна атестація якості підготовки бакалавра з готельно-ресторанної справи щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої і професійної підготовки вимогам Галузевого стандарту вищої освіти України здійснюється Державною екзаменаційною комісією (ДЕК) вищого навчального закладу, голова якої затверджується Міністерством освіти і науки України.

Екзаменаційна комісія працює за графіком, погодженим з відділом управління якістю планування навчального процесу й затвердженим проректором з науково-педагогічної роботи. Графік роботи екзаменаційної комісії оприлюднюють не пізніше ніж за місяць до початку її діяльності.

Форми атестації здобувачів вищої освіти. Атестація здобувача вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену і публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Вимоги до кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій і методів готельно-ресторанної справи і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату,

фальсифікації та фабрикації.

Кваліфікаційна робота повинна бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти.

Вимоги до атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен має передбачати перевірку досягнення результатів навчання визначених цим стандартом та освітньою програмою.

Комплексний кваліфікаційний державний екзамен з фаху передбачає виконання кваліфікаційних завдань з чотирьох професійно зорієнтованих дисциплін:

- Організація готельного господарства;
- Організація ресторанного господарства;
- Менеджмент готельно-ресторанного господарства;
- Маркетинг готельного і ресторанного господарства.

Комплексний екзамен з фаху проходить у письмовій формі протягом 4 годин і передбачає відповідь на теоретичні питання та вирішення практичних ситуаційних комплексних завдань.

Оцінювання результатів складання випускних іспитів здійснюють у порядку, передбаченому прийнятою в університеті системою контролю знань:

- за національною (4-бальною) шкалою: відмінно; добре; задовільно; незадовільно.

- за 100-бальною шкалою:

90 – 100 балів – *відмінно* – відмінне виконання з незначними помилками;

85 – 89 балів – *добре* – вище середніх стандартів, але з деякими помилками;

75 – 84 бали – *добре* – загалом змістовна робота зі значними помилками;

65 – 74 бали – *задовільно* – чітко, але зі значними недоліками;

60 – 64 бали – *задовільно* – виконання відповідає мінімальним критеріям;

менше 60 балів – *незадовільно*.

„ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА”

Програма дисципліни

Тема 1. Історія розвитку світового готельного господарства. Періодизація розвитку світового готельного господарства. Історія виникнення та розвитку найдавніших готелів. Історія готельного господарства в період Середньовіччя до XIX століття. Розвиток готельної справи в XIX – XX століттях. Готельне господарство світу на сучасному етапі. Тенденції розвитку світового готельного господарства. Найбільші готельні об'єднання світу: готельні корпоративні компанії, незалежні готельні компанії, компанії, що спеціалізуються на наданні управлінських послуг. Характеристика факторів, що позитивно впливатимуть на розвиток світової готельної індустрії.

Тема 2. Історія розвитку готельного господарства України. Історія розвитку готельного господарства в стародавній Русі. Початок розвитку засобів розміщення „ямб”, „ямів”, „корчм”. Стан готельного господарства України на початку XX ст. Становлення готельного господарства України в XX ст. (радянський період). Готельне господарство України на сучасному етапі: проблеми, тенденції та перспективи. Основні напрями удосконалення організації роботи готельного господарства України.

Тема 3. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії. Нормативно-правова база діяльності підприємств готельного господарства в Україні: Закони України „Про туризм” і „Про підтвердження відповідності”, Декрет Кабінету Міністрів України „Про стандартизацію і сертифікацію”, „Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні”, Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг, Правила користування готелями і надання готельних послуг в Україні, ДСТУ 4269:2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів”, ДСТУ 4268:2003 „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” ; ДСТУ 4527:2006 „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення”.

Тема 4. Фактори, що впливають на типізацію готельного господарства. Функціональне призначення підприємств готельного господарства. Закордонний досвід типізації готелів. Фактори, що впливають на типізацію готельних господарств: місцезнаходження,

основне призначення, строк перебування, режим експлуатації, рівень обслуговування, обслуговуючий контингент, місткість, мета подорожі.

Вплив мети подорожі на функціональне призначення готелю. Основні вимоги до готелів: умови для ночівлі, організації харчування та побутового обслуговування.

Понятійний апарат індустрії гостинності: послуга, сфера послуг, рівень комфорту, місткість номерного фонду, гостинність, процес обслуговування, тривалість діяльності, тривалість перебування гостей.

Тема 5. Характеристика основних типів засобів розміщення.

Транзитні готелі – їх призначення, розташування та форми власності.

Ділові готелі – їх призначення та місцезнаходження. Загальні та специфічні функціональні вимоги до готелів такого типу: місцезнаходження, наявність умов для роботи в номері, максимальна ізоляція номерів від впливу зовнішнього середовища, надання умов для проведення нарад, конгресів, презентацій, виставок, бенкетів тощо, наявність розвинутої мережі служби зв'язку та фінансового забезпечення тощо.

Курортні готелі – їх призначення. Специфічні особливості місцезнаходження, медичного обслуговування, надання профілактичного і дієтичного харчування, наявності торговельної мережі лікувальних і курортних товарів, внутрішнього обладнання номерів, широкого кола додаткових послуг.

Готелі для сімейного відпочинку – призначення, основний обслуговуючий контингент. Особливості функціонування сімейних готелів: наявність приміщень для дітей різного віку, створення умов для індивідуального дитячого харчування в номері і поза ним, створення умов для відпочинку дорослих дітей і організації спортивно-оздоровчих занять.

Тема 6. Характеристика підприємств готельного господарства для відпочинку. Туристично-екскурсійні готелі (туристичні, готелі для масового туризму) для туристів з пасивними засобами пересування, їх місцезнаходження, строк перебування туристів, особливості структури приміщень.

Туристично-спортивні готелі – особливості їх місцезнаходження. Функціональні особливості готелів даного типу: наявність приміщень туристично-спортивного обслуговування та спортивно-оздоровчого призначення, створення умов для медичного, профілактично-лікувального обслуговування. Особливості функціонування готелів для спортсменів, що займаються окремими видами спорту. Готелі для сімейного відпочинку.

Спеціалізовані туристичні готелі – їх призначення, місцезнаходження. Характеристика і призначення мотелів, кемпінгів. Види ротелів, основне їх призначення і характеристика. Ботелі і ботокемпінги, їх призначення, місцезнаходження, організація приміщень для ночівлі та відпочинку. Особливості організації флайтелів – готелів для любителів авіаційного спорту.

Функціональні особливості підприємств:

- особливостями умов для відпочинку і спортивних розваг;
- організацією харчування;
- послугами торгівлі;
- можливостями гнучкої зміни місткості номерного фонду;
- особливостями організації приміщень для ігор дітей.

Тема 7. Характеристика лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства. Вимоги до лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства та їх основні типи: санаторії; пансіонати; бази та табори відпочинку; будинки відпочинку; сільські туристичні будинки; профілакторії.

Організації матеріально-технічної бази, врахування екологічних вимог.

Тема 8. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства. Основні принципи та загальні підходи до класифікації підприємств готельного господарства в різних країнах Європи, Америки, Азіатських країн.

Характеристика основних вимог до класифікації готелів, розроблених секретаріатом ВТО в 1989 р.: до навколишньої території, будівель, якості устаткування і обладнання, організації номерного фонду, громадських і допоміжних приміщень, обслуговуючого персоналу тощо. Причини необхідності в класифікації готельних господарств.

Характеристика найбільш розповсюджених систем класифікації готельних господарств. Критерії класифікації готельного господарства України. Головний критерій, що визначає категорію готелю.

Тема 9. Класифікація підприємств готельного господарства України. Основа класифікації готельного господарства України – міжнародна система „зірок”. Єдині вимоги до всіх типів готелів, їх характеристика.

Класифікація готельних господарств з урахуванням мінімальних вимог до певної категорії. Категорійність номерного фонду. Характеристика основних вимог до категорій номера: вища, перша, друга,

третя, четверта. Порядок встановлення категорійності номера. Характеристика основних вимог до готелів від ***** зіркових до * зіркових.

Тема 10. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства. Підприємство готельного господарства як складний комплексний об'єкт, до якого входить велика кількість приміщень різного функціонального призначення. Склад і кількість приміщень будь-якого засобу розміщення залежить від його типу і місткості.

Основне призначення приміщень готельного господарства. Схеми функціональної організації приміщень залежно від місткості: малої та великої. Розподіл приміщень готельного господарства на групи: житлова; адміністрації; вестибюльна; громадського призначення; господарського і складського призначення; культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування. Склад приміщень залежно від груп та їх основне призначення: приміщення житлової групи; приміщення адміністративної групи; приміщення вестибюльної групи; приміщення ресторанного господарства; приміщення господарського і складського призначення; приміщення культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування.

Тема 11. Організація приміщень житлової групи. Приміщення, що входять до житлової групи. Номер як окреме приміщення для тимчасового проживання. Основні елементи номера. Типи номерів: номер-апартамент, номер-президентський апартамент; номер-люкс, двокімнатний номер, номер-комплекс, номер-дубль (студію), однокімнатний номер.

Характеристика різних типів номерів: кількість житлових кімнат, їх призначення та обладнання, наявність санвузла та якість його приладдя, прийоми розміщення меблів у номерах. Основні вимоги до організації номерного фонду.

Приміщення для побутового обслуговування на поверсі. Місцезнаходження приміщень побутового обслуговування, їх основне призначення, обладнання. Склад приміщень: комплекс приміщень, що надають побутові послуги мешканцям готелю, приміщення обслуговуючого персоналу, приміщення для прибирання інвентарю, санвузол для персоналу.

Коридори – важливий комунікаційний вузол. Основні вимоги до коридорів. Хол – поверховий комунікаційний вузол, його призначення, обладнання, варіанти організації холів залежно від функціонального призначення. Вітальня – призначення, місцезнаходження, обладнання

меблями і музичними інструментами, особливості об'ємно-просторового рішення віталень, що функціонують цілорічно.

Тема 12. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства. Організація приміщень адміністрації. Основні види приміщень адміністрації готельного господарства, їх розташування. Блоки адміністративних приміщень за функціональним призначенням. Організація та планування приміщень, розташування в них різноманітних зон за функціональним призначенням.

Побутові приміщення для обслуговуючого персоналу готельного господарства, їх призначення, обладнання і вимоги до організації.

Організація приміщень вестибюльної групи. Приміщення вестибюльної групи – головний комунікаційний і технологічний вузол готельного господарства. Характеристика основних функцій, приміщень вестибюльної групи та їх зонування. Характеристика зон вертикальних і горизонтальних комунікацій. Організація і обладнання приміщень вестибюльної групи.

Приміщення і підприємства побутового обслуговування мешканців готельного господарства, перукарні, пункти прокату предметів культурно-побутового призначення, пункти дрібного ремонту речей, приймальні пункти хімчистки і прання білизни, приміщення прання білизни за методом самообслуговування, медичний пункт та інші приміщення. Основне призначення приміщень, їх організація, обладнання та розміщення.

Приміщення культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування. Склад приміщень культурно-масового обслуговування: універсальні зали і конференц-зали; танцювальні зали і диско-клуби; бібліотеки; більярдні; казино; кегельбани; зали ігрових автоматів; демонстраційні зали; туристичні клуби; відеосалони та інші приміщення, що реалізують функції відпочинку мешканців готельного господарства. Організація і обладнання приміщень культурно-масового призначення. Приміщення спортивно-рекреаційного обслуговування в межах будівлі готельного господарства і прилеглий до нього території.

Загальні вимоги до створення зелених зон відпочинку, майданчиків для спортивно-оздоровчих занять на повітрі.

Тема 13. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві. Архітектурні рішення об'єктів підприємств готельного господарства: архітектура, стиль, ландшафтна архітектура, антропогенний ландшафт, інтер'єр.

Принципи організації внутрішнього простору, функції та елементи інтер'єру в приміщеннях засобів розміщення.

Інтер'єр як художня композиція. Основні методи створення художньої композиції, що застосовуються в створенні інтер'єрного простору приміщень: масштаб, тектоніка, єдність підпорядкування, співвідношення форм за різними характеристиками, ілюзорне сприйняття простору.

Тема 14. Основні складові формування сучасного інтер'єру підприємств готельного господарства. Основні підходи щодо меблювання номерів, нежитлової групи приміщень залежно від планової організації зон та інтер'єру готельних номерів. При цьому слід розглянути габарити функціональних зон та проходів.

Завдання та основні види декоративно-прикладного мистецтва в організації інтер'єру приміщень, силуетна композиція компонентів інтер'єру, композиційне поєднання форм і розмірів компонентів інтер'єру.

Композиційні прийоми озеленення приміщень. Принципи створення композицій із зелених рослин.

Колір та його спектральні особливості.

Кольорові рішення в інтер'єрі приміщень. „Закони контрастів” та класифікація кольорів за їх психологічним впливом на людину.

Аналіз впливу природного та штучного освітлення на зміну кольорового відтінку площини, принципу поглинання та виділення контрастних тонів.

Оздоблюючі матеріали, їх фактурні характеристики, що впливають на візуальне сприйняття кольору.

Тема 15. Технологія прибиральних робіт навколишньої території і вестибюльної групи приміщень. Види прибиральних робіт на навколишній території та в приміщеннях підприємств готельного господарства.

Прибирання території готельного господарства. Основні вимоги до прибиральних робіт у різні періоди року: взимку, весною, літом, восени. Вимоги до утримання зелених насаджень.

Технологія прибирання приміщень вестибюльної групи. Види робіт, що виконуються в денні і нічні години роботи готелю. Техніка виконання прибиральних робіт вестибюльної групи приміщень.

Тема 16. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду, інших приміщень на поверсі, служб експлуатації номерного фонду.

Складові технологічних циклів прибиральних робіт: поточне щоденне прибирання; проміжне прибирання; прибирання номерів після виїзду гостей; генеральне прибирання; ведення білизняного господарства; використання засобів для миття та чищення.

Нормативні документи: „Правилами поведінки персоналу під час проведення прибиральних робіт”.

Послідовність прибиральних робіт у номерах готельного господарства. Послідовність проведення прибиральних робіт у багатокімнатному, двокімнатному і однокімнатному номері. Техніка проведення прибиральних робіт у номерах. Проведення генерального прибирання. Прибиральні роботи у місцях загального користування, коридорах, холах, вітальнях, службових приміщеннях тощо. Контроль якості прибирання і утримання житлового фонду готельного господарства, забезпечення його предметами гостинності одноразового користування у фірмовому виконанні, предметів рекламного, культурно-побутового та спортивного призначення, необхідного для забезпечення високого рівня обслуговування в готельному господарстві. Характеристика основних вимог до поведінки обслуговуючого персоналу при проведенні прибиральних робіт. Раціональне використання мийних і прибиральних засобів у готельному господарстві. Характеристика механізмів, інвентарю і матеріалів, що використовуються в процесі проведення прибиральних робіт. Вимоги до збереження і утримання прибирального інвентарю, механізмів і матеріалів. Система обліку і збереження матеріальних цінностей номерного фонду. Забезпечення білизною готельного господарства, вимоги до білизни, стандарти білизни. Норми зміни білизни. Організація роботи з упорядкування, обліку, прання, вибраковки і списування білизни.

Тема 17. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві. Сутнісні детермінанти сфери послуг: послуга, соціально-культурні послуги, матеріальні послуги, нематеріальні послуги, процес обслуговування. Модель гостинності в системі „гість – послуга – середовище гостинності”.

Предмет, завдання та зміст організації обслуговування в готельному господарстві. Поняття послуги як результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної дії виконавця щодо задоволення потреби споживача. Матеріальні і соціально-культурні послуги. Поняття

обслуговування – діяльність виконавця при посередньому контакті зі споживачем послуги. Види послуг, що надаються готельним господарством. Розширення структури послуг у готельному господарстві за рахунок задоволення різних потреб туристів.

Тема 18. Технологія прийому та розміщення туристів у засобах розміщення. Сутність технологічного процесу виробництва готельних послуг – „прибуття – проживання – виїзд”. Порядок оформлення туриста при прийомі в готель. Анкета прибулого в готель. Картка гостя – документ на право входу в готель. Картка руху ліжко-діб, що ведеться адміністратором. Список прибулих і мешканців на поверсі. Порядок оформлення плати за помешкання. Список осіб, які проживали в готелі. Порядок оформлення туристичних груп. Порядок оформлення виїзду гостя.

Автоматизація процесу прийому і розміщення туристів у готелі. Система бронювання і резервування місць у готелях. Автоматизація робочого місця порт'є: порядок поселення, вибір місця і номера для помешкання, порядок бронювання і резервування місць, індивідуальне та групове поселення, список мешканців готелю на дату, порядок розрахунку в іноземній і національній валюті, кошторис надання основних і додаткових послуг, касовий звіт за добу. Автоматизація робочого місця касира.

Тема 19. Організація роботи служби прийому і розміщення, та обслуговування. Особливості організації роботи служби прийому і розміщення готельних господарств. Основні вимоги до організації прийому і обслуговування вітчизняних і іноземних туристів в Україні. Характеристика основних положень прийому гостя. Організація роботи щодо прийому та відправлення багажу. Організація служби бронювання і резервування місць у готелях. Порядок прийняття замовлень. Організація роботи служби обслуговування. Основні обов'язки служби обслуговування, асортимент послуг, що надаються в готелях. Комплексне обслуговування туристів. Надання додаткових послуг у готельних господарствах. Організація медичної допомоги туристами. Відповідальність готельних господарств за збереження майна туристів. Організація пошуку, збереження і повернення іноземним туристам майна, що втрачене під час проживання в готелі.

Сутність технологічних операцій „Реєстрація документів”, „Попередня оплата по прибутті”, „Безготівковий розрахунок”, „Надання розміщення та додаткових послуг”, „Організація виїзду і розрахунок при виїзді”. Важливим аспектом щодо засвоєння матеріалу є вивчення

обслуговуючих циклів „Інформаційні технології”, „Визначення послідовності завантаження готелю”, „Опрацювання і рух заявки”, „Підтвердження заявки”, „Нічний аудит”.

Тема 20. Організація обслуговування на житлових поверхах.

Організація та підготовка поверхів до поселення мешканців. Оснащення приміщень житлового фонду. Система обліку отримання, рух і списування матеріальних цінностей. Види послуг, що надає персонал мешканцям на поверсі, і технологія їх надання. Послуги, що надаються методом самообслуговування за допомогою автоматів тощо. Впровадження нових видів послуг і удосконалення технології їх надання. Якість надання послуг.

Організація виїзду із номерів. Прийом номера персоналом у мешканця. Порядок складання актів на відшкодування збитків за псування готельного майна і актів на забуті речі. Порядок збереження і повернення забутих речей мешканцями.

Тема 21. Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства. Побутове обслуговування мешканців готелю – невід’ємна частина готельного сервісу. Основні послуги, що надаються безкоштовно: виклик швидкої допомоги, лікаря і доставка ліків; користування медичною аптечкою першої допомоги; доставка в номер або вручення персоналом готелю особистої кореспонденції; збереження ручного багажу; збереження цінностей та грошей, що здаються за описом.

Додаткові платні послуги. Організація послуг щодо прання, прасування, дрібного ремонту одягу та речей мешканців тощо. Порядок користування предметами культурно-побутового призначення і господарчого призначення в готельних господарствах.

Організація транспортного обслуговування. Організація обслуговування туристів, що подорожують на власному транспорті, укладення договору на прийом автотуристів, надання умов щодо обслуговування автомобілів у мотелях і кемпінгах. Надання готельними господарствами автомобілів напрокат. Організація автотранспортного господарства при готелях. Організація обслуговування автотранспортними засобами іноземних туристів.

Тема 22. Організація інформаційного обслуговування в підприємстві готельного господарства. Значення інформаційного обслуговування для підвищення готельного сервісу. Поняття інформаційних ресурсів. Організація інформаційної служби у підприємстві готельного господарства: організація приміщень, комунікацій; забезпечення інформаційними матеріалами робочих місць працівників

служби; організація розповсюдження інформаційних матеріалів серед гостей.

Характеристика інформаційних послуг і організація: поштовий зв'язок, телетайп, телефакс, преса, телефонний зв'язок. Організація роботи служби телефонного зв'язку. Засоби для прийому, передачі повідомлень по телефону. Правила прийому телефонних дзвінків. Складові частини телефонного сервісу: телефонний етикет, вміння слухати, комунікаційне уміння.

Тема 23. Культура обслуговування в готельному господарстві. Суть психології обслуговування в готельному господарстві. Основні принципи спілкування персоналу з мешканцями готелю. Поняття культури обслуговування, норми поведінки людей у процесі спілкування. Основні вимоги до працівників готельного господарства: свідомість, дисципліна, відповідальність, професіоналізм, організованість, їх значення. Фактори, що впливають на результат якості обслуговування: безпека; постійність; поведінка; повнота; умови; доступність; час.

Естетика готельного виробництва – створення максимальних зручностей для мешканців і умов для праці персоналу. Культура поведінки працівників готелю: етикет, ввічливість, скромність, коректність, тактичність, манери, жести, рухи, вимоги до одягу, косметики. Культура мови; основні та важливі для готельної професії правила.

Тема 24. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві. Завдання, зміст і основні напрями організації допоміжних служб. Завдання організації продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві. Джерела постачання. Порядок формування господарчих зв'язків. Договори постачання товарів, їх зміст. Роль оптових ланок торгівлі в організації продовольчого і матеріально-технічного постачання. Особливості складання господарчих зв'язків у готельному господарстві різних форм власності в сучасних умовах.

Система організації продовольчого постачання. Основні функції служб продовольчого постачання. Форми і засоби постачання товарів. Планування постачання продовольчих товарів. Продуктовий баланс.

Система організації матеріально-технічного постачання в готельному господарстві. Номенклатура предметів матеріально-технічного постачання. Нормативи матеріально-технічного забезпечення: норми витрат, норми оснащення, експлуатаційні норми. Розрахунок потреби в матеріально-технічних засобах. Аналіз продовольчого і матеріально-технічного постачання та заходи зниження витрат при їх використанні.

Тема 25. Організація складського і тарного господарства. Призначення і завдання, що виконує складське господарство. Типи складських приміщень, визначення складу та площі складських приміщень. Види складських приміщень для збереження продовольчих товарів і матеріально-технічних засобів в готельному господарстві. Умови збереження і основні санітарно-гігієнічні вимоги. Організація роботи складської групи приміщень. Порядок прийому і видачі продовольчих товарів і матеріально-технічних засобів. Норми природних збитків. Шляхи зниження витрат товарів у межах норм природних збитків. Організація механізації і автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт у складському господарстві.

Організація тарного господарства. Склад тарного господарства. Класифікація тари та її характеристика. Операції з обертання тари. Особливі умови постачання з врахуванням відносин постачальника і споживача за видами тари і товарів. Порядок прийняття тари та звітності. Шляхи зниження видатків по тарі.

Тема 26. Організація роботи обслуговуючих господарств. Організація експлуатації транспортних засобів для транспортування товарів. Класифікація транспортних засобів за призначенням, видами належністю. Класи вантажів. Транспортні тарифи щодо перевезення вантажів. Розрахунок кількості транспортних засобів для перевезення вантажів у готельному господарстві. Шляхи підвищення ефективності використання транспортних засобів.

Організація енергетичного господарства підприємств. Структура енергетичного господарства та його основне призначення. Класифікація паливно-енергетичних ресурсів та джерела їх постачання. Організація роботи щодо нормування і раціонального використання паливно-енергетичних ресурсів. Шляхи забезпечення економного і раціонального використання паливно-енергетичних ресурсів у готельному господарстві.

Організація експлуатації матеріально-технічної бази готельного господарства. Матеріально-технічна база готельного господарства, її розвиток та джерела фінансування в сучасних умовах. Порядок проведення планово-упереджувальних ремонтів будівель і споруд готельного господарства. Види ремонту: поточний і капітальний, порядок їх виконання і джерела фінансування. Система організації технічного обслуговування і ремонту торговельно-технологічного устаткування в готельному господарстві.

Організація санітарної служби в готельному господарстві. Основні вимоги до санітарного стану приміщень, навколишньої території готельного господарства. Санітарно-гігієнічні вимоги до персоналу

готельного господарства. Договірні відносини, що укладаються з санітарно-епідеміологічними службами Міністерства охорони здоров'я України.

Тема 27. Організація санітарно-технічного й інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві. Системи холодного і гарячого водопостачання і завдання технічної експлуатації їх. Облік витрат води і шляхи її економії. Каналізація. Вимоги до системи каналізації. Користування внутрішніми каналізаційними обладнаннями мешканцями готелів і персоналом. Опалення. Призначення і обладнання. Схеми систем опалення. Регулювання системи опалення і шляхи економії тепла. Вентиляція. Система вентиляції: природна, організована і неорганізована. Огляд і регулювання систем вентиляції. Калорифери. Приміщення і експлуатація кондиціонування повітря. Принципова схема кондиціонування повітря. Місцеві кондиціонери. Сміттєпроводи на підприємствах готельного господарства. Обладнання сміттєпроводу і його експлуатація. Пило прибирання. Обладнання систем центрального пило прибирання. Побутові пилососи. Підлогомийні і підлогонатиральні машини. Ліфти та ескалатори, їх розміщення в готельному господарстві і експлуатація. Диспетчерське управління ліфтовим господарством. Засоби внутрішнього зв'язку в готельних господарствах. Радіофікація і телебачення, засоби пожежної і охоронної сигналізації, сигналізація служби прийому і розміщення, диспетчерська служба та інше.

Тема 28. Особливості організації праці на підприємстві готельного господарства. Особливості організації праці в готельному господарстві. Професійно-кваліфікаційна структура працівників. Основні критерії визначення професійно-кваліфікаційної структури. Поняття „якість праці”, „кваліфікація”, „складність праці”, „зміст і характер праці”.

Характеристика основних соціально-професійних груп працівників готельного господарства: адміністративно-управлінська, спеціалісти, працівники масових професій, технічні працівники. Групи працівників залежно від функцій, що виконуються в готельному господарстві: адміністративно-управлінська, служби прийому і розміщення, служба обслуговування, служба матеріально-технічного забезпечення, технічна служба, група працівників підприємств ресторанного господарства. Форми організації праці на підприємствах, їх характеристика.

Тема 29. Робочий час працівників підприємства готельного господарства. Методи вивчення робочого часу. Робочий час, поняття і види. Види робочого часу: нормальна тривалість, скорочена тривалість і неповний робочий день. Відхилення від нормального робочого часу.

Особливості режиму робочого часу в підрозділах готельного господарства. Режим робочого часу і відпочинку працівників готельного господарства, режиму праці: адміністрації та менеджерів вищої ланки; обслуговуючого персоналу; спеціалістів; технічного персоналу.

Характеристика графіків виходу на роботу працівників готельного господарства: лінійний, ступеневий, двобригадний, комбінований, вахтовий та ін. Особливості режиму робочого часу і відпочинку груп працівників залежно від функцій, що виконуються.

Метод безпосередніх замірів та їх характеристика. Метод миттєвих спостережень: фотографія робочого часу, хронометраж, фотохронометраж. Характеристика індивідуальних, групових або бригадних спостережень. Методика і техніка проведення фотографії робочого часу та його документальне оформлення. Норми праці, що використовуються в готельному господарстві. Розрахунок чисельності працюючих на підставі норм праці.

Тема 30. Раціональна організація праці робітників підприємства готельного господарства. Нормування праці на підприємствах готельного господарства. Раціональна організація праці – суть, завдання. Основні групи завдань, що вирішує наукова організація праці. Основні напрями наукової організації праці в готельному господарстві. Робоче місце – зона трудових дій виконавця або групи виконавців. Кваліфікація робочих місць. Принципи організації робочих місць. Естетика праці. Організація роботи щодо впровадження раціональних форм організації праці на підприємствах готельного господарства.

Структура робочого часу. Зміст, завдання і роль нормування праці в готельному господарстві. Поняття ступеня праці, норми праці, нормування праці. Система норм праці: норма часу, трудомісткість операції, норма виробки, норма обслуговування, норма чисельності, норма управління. Основні завдання, що вирішуються нормуванням праці в готельному господарстві. Принципи нормування праці: комплексність, динамічність, рівна напруженість, загальність, демократичність. Особливості нормування праці в готельному господарстві.

Структура робочого часу. Класифікація затрат робочого часу і характеристика його складових частин. Нормовані і ненормовані затрати робочого часу. Види норм праці та їх класифікація. Норма часу як основний вид норми праці. Норма виробки та її взаємозв'язок з нормою часу. Норми часу обслуговування, чисельності, управління. Порядок розрахунку всіх видів норм праці. Класифікація норм праці залежно від обсягу і складу робіт, форм організації праці, сфери застосування і строку дії. Методи встановлення норм праці.

Перелік теоретичних питань

1. Історія розвитку світового готельного господарства.
2. Історія розвитку готельного господарства України.
3. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії.
4. Фактори, що впливають на типізацію готельного господарства.
5. Характеристика основних типів засобів розміщення.
6. Характеристика підприємств готельного господарства для відпочинку.
7. Характеристика лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства.
8. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства.
9. Класифікація підприємств готельного господарства України.
10. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства.
11. Організація приміщень житлової групи.
12. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства.
13. Основні складові формування сучасного інтер'єру підприємств готельного господарства.
14. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень.
15. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві.
16. Технологія прийому та розміщення туристів у засобах розміщення.
17. Організація роботи служби прийому і розміщення, та обслуговування.
18. Організація обслуговування на житлових поверхах.
19. Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства.
20. Організація інформаційного обслуговування в підприємстві готельного господарства.
21. Культура обслуговування в готельному господарстві.
22. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві.
23. Організація складського і тарного господарства.
24. Організація роботи обслуговуючих господарств.
25. Особливості організації праці на підприємстві готельного господарства.

Практичні завдання

I тип завдань

1. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування іноземної делегації з 20 чоловік і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

2. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування української делегації з 10 чоловік і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

3. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування туриста зі Львова і сформувати технологічну схему розміщення туриста.

4. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування сім'ї з двох чоловік, які приїхали з Києва, і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

5. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування іноземної делегації з 30 чоловік і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

6. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування української делегації з 30 чоловік і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

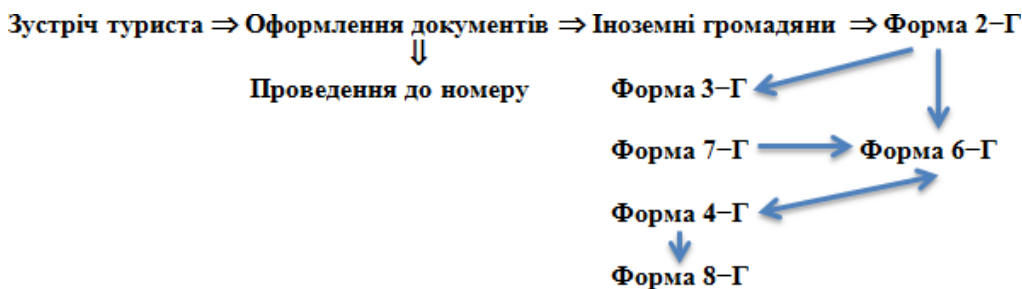
7. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування туриста з Італії та сформувати технологічну схему розміщення туристів.

8. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування турецької делегації з 5 чоловік і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

Приклад вирішення:

1. Розподілити функціональні обов'язки між підрозділами готельного комплексу щодо прийому та обслуговування делегації і сформувати технологічну схему розміщення туристів.

Відповідь:



Персонал, задіяний в обслуговуванні туристів:

– співробітники служби прийому розміщення:

- ❖ головний адміністратор
- ❖ адміністратори
- ❖ касири
- ❖ паспортисти
- ❖ чергові довідкового бюро
- ❖ портье

– працівники бюро обслуговування:

- ❖ завідувач
- ❖ перекладач
- ❖ посильний
- ❖ підносчик багажу
- ❖ швейцари
- ❖ гардеробники

Запам'ятайте! *Послідовність процесу заповнення технологічної документації в готелях*

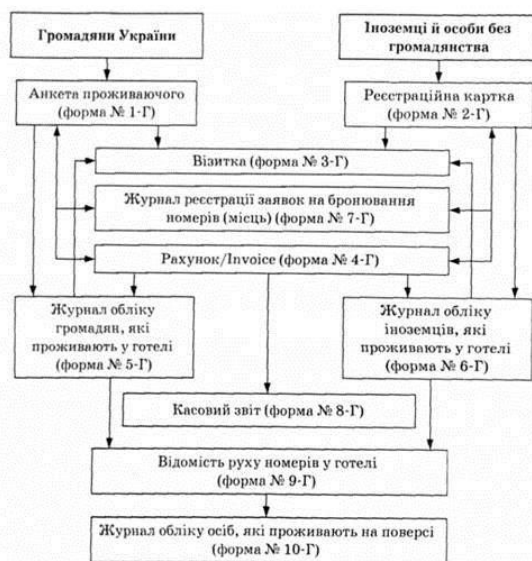


Рис. 1. Послідовність процесу заповнення технологічної документації в готелях

II тип завдань

9. Спроекувати та схематично оформити одномісний номер з розташуванням меблів та обладнання.

10. Спроекувати та схематично оформити двомісний номер у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

11. Спроекувати та схематично оформити тримісний номер у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

12. Спроекувати та схематично оформити однокімнатний номер у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

13. Спроекувати та схематично оформити двокімнатний номер у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

14. Спроекувати та схематично оформити трикімнатний номер у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

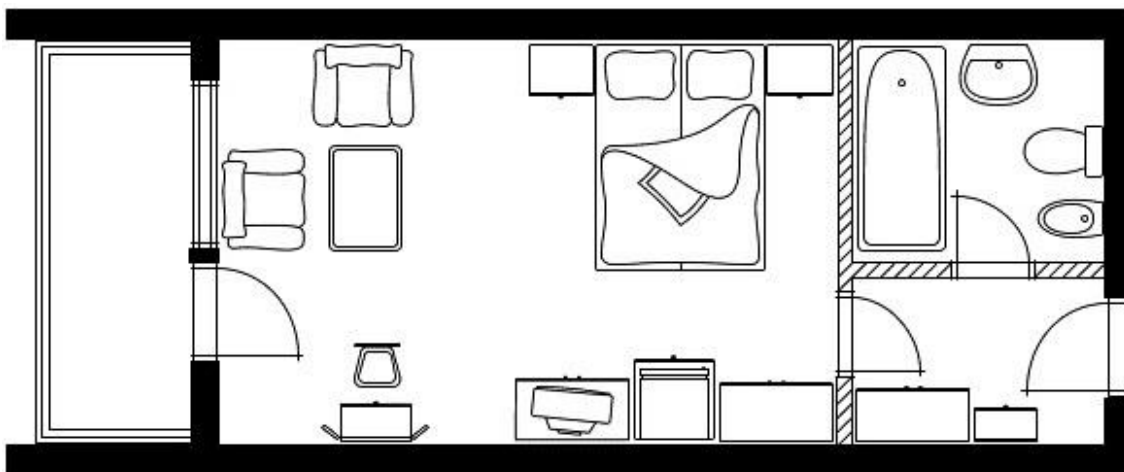
15. Спроекувати та схематично оформити номер "апартаменти" у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

16. Спроекувати та схематично оформити номер "люкс-апартаменти" у готелі з розташуванням меблів та обладнання.

Приклад вирішення.

Спроекувати та схематично оформити однокімнатний двомісний номер з розташуванням меблів та обладнанням.

Відповідь:



Номер складається з однієї кімнати розділеної на зону відпочинку та робочу зону, санвузлу та передпокою. Номер розрахований на проживання однієї-двох осіб.

У кімнаті є велике двоспальне ліжко, 2 тумбочки біля ліжка, журнальний столик, 2 крісла, шафа-купе, сейф, робочий стіл, стілець; у передпокої – шафа-купе, підставка для взуття та чемодану; у санвузлі – умивальник, ванна, унітаз, біде. У номері: супутникове телебачення, DVD -

плеєр, телефон, сейф, кондиціонер, фен, капці, халат, туалетний набір (шампунь, гель, мило).

Щодня: зміна постільної білизни, рушників і прибирання номера.

III тип завдань

17. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 550 грн. заселився турист із США. Під час проживання він користувався послугами перекладача (вартість 275 грн.) та хімчистки (вартість послуги 125 грн.).

Заїзд: 15.03 в 19.00

Виїзд: 19.03 в 06.00

18. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у двомісний номер вартістю 250 грн. заселився постійний клієнт.

Заїзд: 12.03 в 13.00

Виїзд: 15.03 в 12.00

Для постійних клієнтів у готелі передбачена знижка 10%.

19. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 475 грн. заселився турист із Франції. Під час проживання він користувався послугами перекладача (вартість послуги 500 грн.) та замовляв у номер вечерю (вартість послуги 250 грн.).

Заїзд: 11.03 в 23.00

Виїзд: 16.03 в 14.00

20. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 270 грн. заселилася молода жінка з дитиною (2 роки). Проживання дітям до 3-х років безкоштовне.

Заїзд: 10.03 в 18.00

Виїзд: 17.03 в 17.00

21. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 450 грн. заселилися молодята. В номер замовили квіти та шампанське. Вартість послуги 200 грн. Політикою готелю для молодят передбачена знижка 15%.

Заїзд: 15.06 в 20.00

Виїзд: 17.06 в 20.00

22. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер „апартаменти” вартістю 650 грн. заселився турист із Італії. Під час проживання він користувався послугами перекладача (вартість послуги 500 грн.) та замовляв у номер вечерю (вартість послуги 375 грн.).

Заїзд: 19.05 в 07.00

Виїзд: 21.05 в 16.00

23. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

В апартаменти вартістю 475 грн. заселився постійний клієнт.

Для постійних клієнтів у готелі передбачена знижка 10%.

Заїзд: 21.01 в 05.00

Виїзд: 24.01 в 22.00

24. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

В одномісний номер вартістю 370 грн. заселилася молода жінка з дитиною (2 роки). У номер клієнтка замовила колиску вартістю 25 грн./доба. Проживання дітям до 3-х років безкоштовне.

Заїзд: 14.03 в 16.00

Виїзд: 21.03. 11.00

25. Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 850 грн. заселилися молодята. В номер замовили квіти та шампанське (вартість послуги 200 грн.) та вечерю в номер (вартість послуги 400 грн.) Політикою готелю передбачена знижка для молодят 15%.

Заїзд: 11.03 в 17.00

Виїзд: 16.03 в 16.00

Алгоритм вирішення.

Розрахуйте вартість проживання в готелі залежно від дати і часу заїзду і виїзду відповідно до наступних даних:

у номер люкс вартістю 270 грн. заселилася молода жінка з дитиною (2 роки). У номер клієнтка замовила колиску вартістю 25 грн./доба. Проживання дітям до 3-х років безкоштовне.

Заїзд: 10.03 в 18.00

Виїзд: 17.03 в 17.00

1. Потрібно з'ясувати кількість повних діб:

дата виїзду – дату заїзду = кількість діб

$$17.03 - 10.03 = 7 \text{ діб}$$

2. Встановити на скільки годин клієнт затримався після розрахункової години (12.00).

Потрібно пам'ятати! Плата за проживання в готелі стягується відповідно до єдиної розрахункової години – з 12:00 поточної доби за місцевим часом.

При розміщенні до розрахункової години (з 0 до 12 годин) плата за проживання не стягується.

У разі затримки виїзду споживача плата за проживання стягується в наступному порядку:

– не більше 6 годин після розрахункової години – погодинна плата;

– від 6 до 12 годин після розрахункової години – плата за половину доби;

– від 12 до 24 годин після розрахункової години – плата за повну добу (якщо немає погодинної оплати).

Клієнт виїхав о 17.00, тобто затримався після розрахункової години на 5 годин. Для нього діє погодинна оплата.

Отже, далі потрібно розрахувати вартість 5 годин проживання:

$$(270 * 5) / 24 = 56,25 \text{ грн}$$

3. До вартості 7-х діб проживання потрібно додати вартість 5 годин:
 $(7 * 270) + 56,25 = 1946,25 \text{ грн}$

Відповідь: загальна вартість проживання становить 1946,25 грн.

4. Звернути увагу на додаткові умови (знижки, додаткові послуги тощо). Розрахувати їх.

Потрібно пам'ятати! Якщо в готелі передбачена знижка – вона розповсюджується тільки на вартість проживання, на додаткові послуги знижка не передбачена.

Список рекомендованої літератури

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство : учебник / С. И. Байлик. – 2-е изд. – К. : Дакор, 2009. – 368 с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация / С. И. Байлик. – Х. : Харьк. гос. акад. гор. хоз-ва, 2004.
3. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С. И. Байлик. – Х. : Харьк. гос. акад. гор. хоз-ва, 2004.
4. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: оснащение, евроремонт, эксплуатация / С. И. Байлик. – Х.: Харьк. гос. акад. гор. хоз-ва, 2003.
5. Банько В. К. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. / В. К. Банько. – Д. : Акор, 2008. – 328 с.
6. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 494 с.
7. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. / Г. Я. Круль. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
8. Лук'янов В.О. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посібник / В.О. Лук'янов, Г. Б. Мунін. – 2-ге вид. переробл. і допов. – К. : Кондор, 2012. – 346 с.
9. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
10. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. – 3-тє вид. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 344 с.
11. Організація готельного господарства : навч. посібник / О.М. Головка, Н.С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко. – К. : Кондор, 2012. – 338 с.
12. Проектування готелів : навч. посібник / А.А. Мазаракі, М. І. Пересічний, С.Л. Шаповал та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2012. – 340 с.
13. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту : навч. посіб. / Х.Й. Роглев. – К. : Кондор, 2005. – 408 с.
14. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах / Т.Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2009. – 447 с.
15. Туризм і готельне господарство : підручник / О. А. Агєєва, Д. Н. Акуленок, Н. М. Васильєв, Ю. Л. Васянін, М. А. Жукова. – М. : Екмос, 2004. – 400 с.

16. Уніфіковані технологи готельних послуг : навч. посіб. / за ред. В.К. Федорченка, Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К. : Вища шк., 2001.

17. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб / Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв та ін.; за ред. С.І. Дорогунцова. – К. : Ліра– К, 2005. – 520 с.

„ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА”

Програма дисципліни

Тема 1. Основи організації роботи закладів ресторанного господарства. Підприємство – основна ланка галузі з постачання послуг. Організація надання послуг як сфера комерційної діяльності закладів ресторанного господарства. Загальні особливості ринку послуг.

Основні поняття та визначення у сфері послуг: послуга, надання послуги, постачальник послуги, виконавець послуги, споживач послуги, група однорідних послуг, підгрупа однорідних послуг, вид послуг та ін.).

Класифікація послуг згідно з ДСГУ 3279-95. „Стандартизація послуг. Основні положення”. Загальні вимоги до послуг та обслуговування.

Класифікація послуг за основними ознаками: за сферою обслуговування, призначенням, формою надання послуги, видом діяльності, об'єктом обслуговування, суб'єктом обслуговування.

Сутність, форми і функції конкуренції на ринку послуг. Конкурентна стратегія закладів ресторанного господарства на ринку послуг.

Класифікація закладів ресторанного господарства згідно з ДСТУ 4281:2004.

Загальні вимоги до закладів ресторанного господарства. Характеристика структурно-функціональних параметрів закладів ресторанного господарства

Характеристика типів та класів закладів ресторанного господарства.

Характеристика основних типів закладів ресторанного господарства: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, чайний салон, кафетерій, закусошна, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, їх виробнича структура, асортимент продукції, форми обслуговування.

Характеристика заготівельних підприємств: фабрики-заготівельної, фабрики-кухні, домашньої кухні, спеціалізованих цехів.

Раціональне розміщення мережі закладів ресторанного господарства. Принципи формування мережі, її показники. Критерії планування відкриття нових закладів ресторанного господарства.

Основні правила роботи закладів ресторанного господарства.

Основні вимоги щодо роботи суб'єктів господарської діяльності закладів, підприємств) усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері ресторанного господарства. Статут підприємства, його структура. Вимоги до організації виробництва та продажу продукції. Контроль за роботою суб'єктів господарської діяльності.

Характеристика виробничо-торговельної структури закладів ресторанного господарства. Фактори, що впливають на її формування. Функції, які виконують заклади ресторанного господарства. Класифікація виробничої структури закладів ресторанного господарства. Особливості створення виробничо-торговельної структури заготівельних та доготівельних підприємств. Моделювання виробничо-торговельної структури закладів ресторанного господарства з метою одержання оптимального процесу трансформації сировини та напівфабрикатів у готову продукцію.

Тема 2. Організація постачання закладів ресторанного господарства. Основні принципи та особливості організації постачання закладів ресторанного господарства в сучасних умовах. Джерела, види та форми постачання.

Організація продовольчого постачання закладів ресторанного господарства: функції служби продовольчого постачання, характеристика транзитної та складської форм поставок сировини та продовольчих товарів, централізованого та децентралізованого способів доставки товарів, кільцевого та маятникового маршрутів завезення товарів.

Критерії вибору постачальників в аспекті закупівельної логістики. Організація договірних взаємовідносин із постачальниками. Моделювання умов укладання угод із закупівлі товарних ресурсів. Організація вхідного контролю якості товарів та продовольчої сировини згідно із СанНП 42-123-5777-91.

Організація матеріально-технічного забезпечення. Форми постачання та вибір постачальників. Номенклатура предметів матеріально-технічного оснащення. Норми та методи визначення потреби у предметах матеріально-технічного призначення.

Шляхи підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства.

Організація паливно-енергетичного постачання та енергетичного господарства закладів ресторанного господарства.

Логістичний підхід до управління матеріальними потоками

Удосконалення організації постачання в галузі.

Тема 3. Організація роботи складського, тарного й транспортного господарств. Організація роботи складського господарства. Основні функції та призначення складського господарства. Склад як елемент логістичної системи. Види та характеристика складських приміщень, обладнання і тара, що в них застосовуються. Організація складських процесів з елементами логістики. Площі та принципи

розміщення складських приміщень. Правила приймання та відпускання товарів. Шляхи удосконалення організації складського господарства.

Організація тарного господарства. Значення тари та її роль в організації товароруку. Класифікація тари. Ефективність раціональної організації тарного господарства закладів ресторанного господарства.

Організація транспортно-експедиційних операцій і транспортного господарства. Види транспорту, які використовуються для постачання закладів ресторанного господарства продовольчими товарами та засобами матеріально-технічного призначення. Оптимізація маршрутів доставки товарів. Шляхи підвищення ефективності використання транспортних засобів у ресторанному господарстві.

Тема 4. Основи організації виробництва продукції у закладах ресторанного господарства. Виробничий процес як основа формування закладу ресторанного господарства. Структура виробничого процесу. Поняття виробничого процесу. Характеристика основних елементів виробничого процесу: процесу праці, предметів та засобів праці.

Класифікація виробничих процесів. Класифікація виробничих процесів: за призначенням, перебігом у часі та ступеня автоматизації. Основні, допоміжні та обслуговуючі процеси. Поняття та характеристика технологічного процесу. Операція як основна структурна одиниця виробничого процесу. Основні та допоміжні операції.

Основні принципи організації виробництва у закладах ресторанного господарства. Особливості їх застосування в сучасних умовах.

Раціональна організація виробничого процесу в просторі та часі. Принципи раціональної організації виробничого процесу: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність, їх характеристика та основні показники.

Типи виробництва, їх організаційно-економічна характеристика. Поняття типу виробництва. Характеристика типів виробництва: одиничного, серійного, масового, дослідного. Характеристика робочих місць виробництв різних типів. Кількісна характеристика виробничих підрозділів підприємства – рівень спеціалізації робочих місць.

Вплив типу виробництва на його організаційно-технічну побудову й ефективність. Передумови підвищення ефективності виробництва.

Організація дільниць, відділень, окремих робочих місць.

Організаційні основи оперативного планування виробництва у закладах ресторанного господарства. Цілі, завдання, функції та напрями оперативного планування виробництва, його організаційні особливості. Нормативна база оперативного планування виробництва.

Виробнича програма закладу ресторанного господарства. Значення та склад виробничої програми підприємства. Техніко-економічне обґрунтування виробничої програми. Принципи формування виробничої програми для закладів ресторанного господарства різних типів. Розробка наряду-замовлення, планового меню, плану-меню, їх характеристика. Фактори, що враховуються при складанні виробничої програми закладів ресторанного господарства Види меню та їх характеристика. Оптимізація меню як складова стратегічного планування діяльності закладів ресторанного господарства. Фактори, що впливають на складання меню.

Основи організації виробничих цехів. Загальна характеристика виробничих цехів – заготівельних, доготівельних, спеціалізованих. Основні принципи та вимоги до організації роботи цехів та допоміжних служб закладів ресторанного господарства.

Організація роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з м'яса. Асортимент напівфабрикатів, які виробляються у цеху. Організація технологічного процесу виробництва напівфабрикатів із м'яса. Технологічні лінії та дільниці, організація робочих місць у цеху, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Контроль якості напівфабрикатів, що виробляються. Шляхи удосконалення організації роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з м'яса.

Організація роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з птиці. Асортимент напівфабрикатів, які виробляються у цеху. Організація технологічного процесу обробки птиці та виробництва напівфабрикатів із неї, технологічні лінії та дільниці. Організація робочих місць у цеху з виробництва напівфабрикатів з птиці, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Контроль якості напівфабрикатів, що виробляються. Шляхи удосконалення організації роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з птиці.

Організація роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з овочів. Асортимент напівфабрикатів, що виробляються в цеху. Організація технологічного процесу виробництва напівфабрикатів з овочів. Технологічні лінії та дільниці, організація робочих місць в овочевому цеху, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Контроль якості напівфабрикатів, що виробляються. Шляхи удосконалення організації роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з овочів.

Організація роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з гідробіонтів. Асортимент напівфабрикатів, які виробляються в цеху. Організація технологічного процесу виробництва напівфабрикатів з риби. Особливості обробки нерибних продуктів моря. Технологічні лінії та дільниці, що виділяються в цеху. Організація робочих місць у цеху, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Контроль якості напівфабрикатів,

що виробляються. Шляхи удосконалення організації роботи цеху з виробництва напівфабрикатів з гідробіонтів.

Організація роботи гарячого цеху. Принципи розміщення приміщення гарячого цеху та раціонального розміщення обладнання в ньому. Призначення гарячого цеху та асортимент продукції, що виготовляється в ньому. Відділення, що виділяються в гарячому цеху. Організація робочих місць, їх оснащення обладнанням та інвентарем залежно від типу та потужності закладу ресторанного господарства. Контроль якості продукції, що виготовляється. Шляхи удосконалення організації роботи гарячого цеху.

Організація роботи холодного цеху. Принципи розміщення приміщення холодного цеху та раціонального розміщення обладнання в ньому. Призначення холодного цеху та асортимент продукції, що виготовляється в ньому. Технологічні дільниці, що виділяються в холодному цеху залежно від типу та потужності закладу ресторанного господарства. Організація робочих місць, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Санітарно-гігієнічні вимоги до організації виробничого процесу в холодному цеху. Контроль якості продукції, що виготовляється. Шляхи удосконалення організації роботи холодного цеху.

Організація роботи спеціалізованих цехів. Асортимент та потужність кулінарних цехів. Призначення кулінарного цеху, асортимент продукції, що виготовляється в ньому. Принципи розробки виробничої програми цеху. Схема організації виробничих процесів у кулінарному цеху. Відділення та виробничі приміщення, що виділяються в кулінарному цеху. Технологічні лінії та дільниці кулінарного цеху, принципи їх організації. Організація робочих місць, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Шляхи удосконалення організації роботи кулінарного цеху.

Організація роботи кондитерського цеху. Асортимент та потужність кондитерських цехів. Особливості виробництва кондитерських виробів у ресторанному господарстві. Принципи розробки виробничої програми цеху. Принципи раціонального розміщення приміщень кондитерських цехів різної потужності. Технологічна схема організації процесу виробництва кондитерських виробів. Відділення та виробничі приміщення, що виділяються в цеху. Лінії та дільниці цеху, їх оснащення обладнанням та інвентарем. Контроль якості сировини та готових кондитерських виробів. Організація праці кондитерів у цехах. Особливості додержання санітарного режиму виробництва кондитерських виробів.

Організація роботи борошняного цеху. Асортимент та потужність борошняних цехів. Призначення та асортимент продукції борошняного цеху. Характеристика виробничих і технологічних процесів, які

відбуваються в цеху. Моделювання раціональної організації робочих місць у цеху.

Організація роботи допоміжних приміщень. Організація роботи хліборізки. Вимоги до приміщення, що призначене для нарізання хлібу. Організація робочого місця працівника, який нарізає хліб.

Організація роботи мийної кухонного посуду. Вимоги до приміщення, що призначене для миття кухонного посуду. Вимоги до умов праці у мийних кухонного посуду.

Тема 5. Основи технологічного процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Основні поняття: процес обслуговування, умови обслуговування. Системний підхід до процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства. Основні види обслуговування:

- реалізація продукції в закладах ресторанного господарства;
- доставка та реалізація продукції за місцем роботи, навчання, під час проведення спортивних заходів, у місцях відпочинку, у вагонах потягів тощо;
- продаж продукції власного виробництва для споживання вдома через магазини кулінарії.

Класифікація методів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства: обслуговування офіціантами, самообслуговування, комбінований метод.

Класифікація форм самообслуговування та їх характеристика. Структура процесу самообслуговування.

Класифікація форм обслуговування офіціантами та їх характеристика. Структура процесу обслуговування офіціантами.

Змішані форми обслуговування споживачів та сфери їх застосування.

Вимоги до організації обслуговування споживачів згідно з „Правилами роботи закладів підприємств громадського харчування” (Наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України від 27.07.2002 № 219).

Значення вивчення попиту споживачів у процесі стратегічного планування діяльності закладів ресторанного господарства. Сутність і особливості попиту на послуги закладів ресторанного господарства різних типів. Методи вивчення попиту споживачів: анкетне опитування, інтерв'ю, облік продажу страв за допомогою ПЕОМ тощо. Порядок розробки анкети.

Рекламні засоби, які використовуються в закладах ресторанного господарства. Рекламне просування закладів ресторанного господарства на ринок послуг.

Тема 6. Характеристика матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Характеристика споруд та будівель, в яких розташовані заклади ресторанного господарства. Екстер'єр підприємства як елемент рекламних засобів.

Інтер'єр як елемент внутрішньої реклами. Вимоги до оформлення інтер'єру у закладах ресторанного господарства різних типів і класів. Сучасні види та тенденції розвитку інтер'єру закладів ресторанного господарства. Види елементів дизайну інтер'єру приміщень: дизайн світла в інтер'єрі, фітодизайн, аквадизайн, використання елементів флористики в дизайні інтер'єру тощо. Вимоги до стану комфортності в приміщеннях: дотримання температурного режиму, вентиляції, санітарного стану.

Характеристика торговельних приміщень: вестибюль, аванзала, банкетна зала, сервіс-бар-буфет), мийна столового посуду, сервізна.

Характеристика предметів матеріально-технічного забезпечення. Обладнання торговельних залів. Характеристика столів: ресторанных, банкетних, фуршетних, підсобних; сервантів, стільців тощо.

Класифікація столового посуду за видом матеріалу, за функціональним призначенням, за застосуванням. Характеристика та призначення порцелянового та фаянсового посуду. Стильове різноманіття порцелянового посуду. Характеристика керамічного посуду. Призначення посуду: утилітарне та декоративне. Гончарний та майоліковий посуд.

Характеристика металевого посуду та приборів. Посуд з фольгокартону. Сфера застосування металевого посуду та посуду з фольгокартону.

Характеристика та призначення скляного посуду.

Характеристика і призначення посуду та приборів із полімерних матеріалів. Характеристика та призначення посуду з дерева, паперу тощо.

Характеристика та призначення столової білизни: скатертини, серветки, ручники, рушники.

Тема 7. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування різних контингентів споживачів у закладах ресторанного господарства. Характеристика меню. Призначення та принципи його складання. Види меню, їх оформлення. Характеристика преїскуранту, винної та коктейльної картки.

Клінінгові технології підготовки торгових приміщень до обслуговування споживачів, їх санітарно-гігієнічна спрямованість. Особливості підготовки до обслуговування посуду, приборів та столової білизни.

Попереднє сервірування столу. Особливості попереднього сервірування столу до сніданку, обіду, вечері.

Технологічний процес обслуговування споживачів у ресторані. Способи подання страв та закусок: в обнос, з використанням підсобного столу, в стіл.

Правила подання страв та напоїв: послідовність подання, температурний режим, відповідний посуд, прибори тощо.

Особливості подавання буфетної продукції.

Правила вибору та техніка подавання алкогольних та безалкогольних напоїв до закусок та страв.

Правила подання холодних страв та закусок, гарячих закусок. Асортимент продукції. Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому.

Особливості подання супів. Асортимент продукції. Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому.

Особливості подання других страв. Асортимент продукції. Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому.

Правила подання солодких страв та напоїв власного виробництва. Асортимент продукції. Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому.

Правила подання холодних та гарячих солодких страв. Асортимент продукції. Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому.

Правила подання холодних та гарячих напоїв. Асортимент продукції.

Температурний режим подання. Посуд, що застосовується при цьому. Техніка подання напоїв до столу.

Правила прибирання використаного посуду та розрахунку зі споживачами.

Основні принципи моделювання процесу обслуговування споживачів.

Обслуговування споживачів у їдальнях: структура приміщень для обслуговування споживачів.

Призначення, розміщення та класифікація ліній роздачі. Характеристика та особливості функціонування ліній роздачі у закладах ресторанного господарства із самообслуговуванням. Лінії роздачі: механізовані, немеханізовані, автоматизовані тощо. Вимоги до організації робочих місць на лініях роздачі.

Обслуговування споживачів у кафе, закусочних. Організація роботи буфетів.

Організація роботи барів, їх класифікація. Організація робочого місця бармена.

Тема 8. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування певного контингенту споживачів у закладах ресторанного господарства. Організація обслуговування згрупованого контингенту споживачів за місцем роботи.

Класифікація промислового виробництва, де працюють згруповані контингенти споживачів: перервне, безперервне, потокове. Особливості формування вхідного потоку споживачів у закладах ресторанного господарства за даних видів промислових виробництв.

Типи закладів ресторанного господарства за місцем роботи. Рекомендовані форми обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства за місцем роботи. Моделювання процесу обслуговування споживачів з урахуванням виду промислового виробництва.

Організація обслуговування розгрупованого контингенту споживачів. Основні принципи організації обслуговування. Організація харчування будівельників у міській та позаміській зоні.

Особливості організації харчування шахтарів.

Особливості організації харчування студентів. Типи закладів ресторанного господарства за місцем навчання. Рекомендовані форми обслуговування споживачів. Характеристика торгово-технологічного устаткування, ліній роздачі. Організація пільгового та дієтичного харчування, організація харчування студентів при гуртожитках.

Особливості організації харчування школярів за місцем навчання. Режим харчування. Методи обслуговування, які використовуються під час харчування школярів. Організація дієтичного харчування.

Організація харчування учнів технікумів і ПТУ за місцем навчання. Типи закладів ресторанного господарства. Рекомендовані форми обслуговування.

Моделювання процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства за місцем навчання.

Особливості організації харчування споживачів у закладах лікувально-оздоровчого відпочинку: санаторіях, пансіонатах, базах відпочинку. Типи закладів ресторанного господарства за місцем відпочинку. Рекомендовані форми обслуговування споживачів.

Організація обслуговування споживачів на залізничному транспорті.

Організація обслуговування споживачів в аеропортах, на борту літака.

Особливості організації обслуговування пасажирів водного транспорту.

Тема 9. Спеціальні форми обслуговування, які використовуються в закладах ресторанного господарства. Організація проведення бенкетів та прийомів. Класифікація бенкетів та прийомів. Організація підготовчої роботи до проведення банкетів. Розробка плану проведення бенкетів з використанням методу сіткового планування та управління (СПУ).

Організація обслуговування бенкетів за столом. Організація проведення бенкету за столом з повним обслуговуванням офіціантами. Характеристика меню. Особливості сервірування столу. Складання схеми розміщення гостей за столом. Організація обслуговування споживачів під час бенкету.

Особливості організації проведення офіційного бенкету-прийому за протоколом. Види прийомів: бенкет-діловий сніданок, фуршет, коктейль, „келих вина”, „келих шампанського”, обід, вечеря. Характеристика меню. Підготовка приміщення до обслуговування та вибір варіанта розміщення меблів у залі. Складання схеми розміщення гостей за столами. Особливості сервірування бенкетних столів.

Організація обслуговування споживачів на бенкеті-прийомі.

Організація проведення бенкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами. Характеристика меню. Особливості сервірування столу. Організація обслуговування споживачів під час проведення бенкету.

Організація обслуговування бенкетів групи фуршет. Особливості проведення бенкету-фуршет. Характеристика меню. Варіанти сервірування столів склом. Особливості організації обслуговування споживачів під час бенкету.

Організація проведення банкету-коктейль. Характеристика меню. Організація підготовчої роботи для проведення бенкету. Особливості обслуговування споживачів під час бенкету.

Характеристика комбінованих бенкетів.

Особливості проведення бенкету-парті, коктейль-фуршет, фуршет-десерт, фуршет-буфет.

Організація обслуговування споживачів за типом „шведського столу” або „шведської лінії”. Асортимент страв та напоїв, їх підготовка та зберігання на „шведській лінії”. Конструктивні особливості устаткування „шведської лінії” у закладах ресторанного господарства.

Особливості проведення бенкету за типом „шведського столу”.

Організація проведення бенкету-чай, бенкету-кава. Характеристика меню. Особливості сервірування столу. Організація обслуговування споживачів під час бенкету.

Особливості обслуговування тематичних заходів. Організація обслуговування весільних бенкетів. Особливості меню і сервірування столу.

Кейтеринг як складова бізнесу в ресторанному господарстві. Аналіз ринку кейтерингових послуг. Види кейтерингу та їх характеристика. Вимоги до устаткування, інвентарю, предметів матеріально-технічного забезпечення, що використовуються під час організації кейтерингової діяльності. Вимоги до обслуговуючого персоналу. Підготовку до надання послуг з кейтерингу сплановано за допомогою методу сіткового планування та управління (СПУ).

Особливості організації обслуговування учасників конференцій, презентацій, нарад.

Класифікація контингентів споживачів залежно від терміну проведення відповідних заходів.

Принципи складання меню для учасників заходів. Особливості сервірування столу. Особливості обслуговування і харчування учасників заходів за місцем проведення нарад та місцем їх тимчасового мешкання.

Особливості обслуговування споживачів у місцях відпочинку. Вимоги до асортименту продукції, її реалізації і обслуговування споживачів.

Організація обслуговування споживачів під час проведення спортивних змагань. Стаціонарні та виїзні заклади. Вимоги до асортименту страв, устаткування.

Організація харчування споживачів у виставкових комплексах, під час проведення фестивалів, конкурсів тощо.

Організація обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства. Основні напрями розвитку туристичної індустрії. Національні традиції в харчуванні туристів з Польщі, Угорщини, Болгарії, Франції, Німеччини, Італії тощо. Типи закладів ресторанного господарства при готелях.

Особливості організації харчування туристів. Прогресивні методи обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства. Обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства за типом „шведський стіл”. Особливості обслуговування споживачів у номерах.

Тема 10. Раціональна організація праці у закладах ресторанного господарства. Значення раціональної організації праці. Зміст раціональної організації праці. Основні напрями раціональної організації праці. Наукова організація праці як головний фактор забезпечення раціональної організації праці. Основні групи завдань наукової організації праці:

економічні, психофізіологічні та соціальні. Основні напрями наукової організації праці.

Форми розподілу та кооперації праці. Поняття та основні види розподілу й кооперації праці. Види розподілу праці: загальний, частковий, одиничний. Запровадження раціональних форм розподілу та кооперації праці. Сутність технологічного, функціонального та професійно-кваліфікаційного розподілу праці та напрямках їх вдосконалення.

Види кооперації праці: міжцеховий, внутрішньо-цеховий, внутрішньо-дільничний, внутрішньо-бригадний. Фактори, що впливають на розподіл та кооперацію праці.

Удосконалення форм розподілу та кооперації праці. Нові форми організації праці. Удосконалення організації та обслуговування робочих місць.

Підвищення ефективності праці виробничого персоналу у закладах ресторанного господарства. Удосконалення організації підбору, підготовки та підвищення кваліфікації кадрів Принципи управління персоналом. Кадрове планування.

Раціоналізація виробничого процесу. Характеристика режимів праці та відпочинку у закладах ресторанного господарства. Поняття режиму праці та відпочинку.

Організаційно-правові основи режимів праці та відпочинку у закладах ресторанного господарства.

Правова основа режимів праці та відпочинку у закладах ресторанного господарства. Характеристика основних показників тривалості робочого часу, які встановлені законодавством про працю.

Графіки виходу на роботу персоналу закладів ресторанного господарства – лінійний, стрічковий (ступінчатий), двобригадний, підсумований облік робочого часу, комбінований, їх характеристика та основні принципи складання.

Моделювання раціональних режимів праці та відпочинку. Раціоналізація режимів праці та відпочинку у закладах ресторанного господарства. Санітарно-гігієнічні, психофізіологічні та соціальні фактори умов праці на робочому місці згідно із СанПіН 42-123-5777-91. Основні напрями поліпшення умов праці.

Нормування праці в ресторанному господарстві. Сутність, функції та принципи нормування праці в ресторанному господарстві. Завдання, зміст та значення нормування праці в ресторанному господарстві. Загальні поняття про систему норм праці, що використовується на підприємствах. Види норм праці та їх класифікація: норма часу, норма виробітку, норма обслуговування, норма чисельності, норми керованості, норми праці.

Принципи, які покладені в основу нормування праці. Методи нормування праці: аналітичні та сумарні, їх характеристика та принципи застосування у закладах ресторанного господарства.

Класифікація витрат робочого часу. Склад та характеристика робочого часу. Призначення, зміст, індексація, особливості видів витрат робочого часу. Характеристика регламентованих та нерегламентованих перерв. Поняття нормованих та ненормованих витрат робочого часу.

Методи дослідження трудових процесів та витрат робочого часу. Дослідження трудових процесів методом фотографії робочого часу.

Поняття та мета проведення фотографії робочого часу. Різновиди фотографії робочого часу: виконавця, використання обладнання, виробничого процесу.

Характеристика різновидів фотографії робочого часу залежно від об'єкта спостережень та форм організації праці на робочих місцях: індивідуальна, групова (бригадна), маршрутна та самофотографія.

Методи безпосередніх вимірювань часу та моментних спостережень. Етапи та методика проведення фотографії робочого часу. Порядок складання фактичного та нормативного (проектованого) балансів робочого часу. Аналіз результатів спостережень фотографії робочого часу. Розрахунок основних показників ефективності використання робочого часу.

Дослідження трудових процесів методом хронометражу та фотохронометражу. Поняття та мета проведення хронометражу. Характеристика методів та основних етапів здійснення хронометражу. Методика та техніка проведення хронометражу. Обробка та аналіз хронометражних спостережень.

Поняття та мета проведення фотохронометражу.

Шляхи удосконалення нормування праці в закладах ресторанного господарства. Шляхи визначення зростання продуктивності праці та рівня підвищення ефективності використання робочого часу. Організаційно-технічні заходи щодо поліпшення використання робочого часу та раціоналізації організації праці.

Перелік теоретичних питань

1. Класифікація та характеристика основних та додаткових послуг закладів ресторанного господарства.
2. Класифікація закладів ресторанного господарства згідно ДСТУ 4281:2004.
3. Характеристика типів та класів закладів ресторанного господарства.

4. Характеристика заготівельних підприємств ресторанного господарства, основні відмінності від підприємств ресторанного господарства доготівельного типу.

5. Основні принципи організації виробничої структури закладів ресторанного господарства.

6. Організація роботи заготівельних цехів.

7. Організація роботи доготівельних цехів.

8. Особливості організації спеціалізованих цехів.

9. Характеристика технологічного процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.

10. Основні поняття: процес обслуговування, умови обслуговування. Системний підхід до процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства, основні види обслуговування.

11. Класифікація та характеристика методів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства: обслуговування офіціантами, самообслуговування, комбінований метод.

12. Характеристика матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства

13. Характеристика та вимоги до приміщень для обслуговування споживачів.

14. Класифікація столового посуду за видом матеріалу, за функціональним призначенням, за застосуванням.

15. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування різних контингентів споживачів у закладах ресторанного господарства

16. Характеристика меню. Призначення та принципи його складання. Види меню, їх оформлення. Характеристика преїскуранту, винної та коктейльної картки.

17. Попереднє сервірування столу. Особливості попереднього сервірування столу до сніданку, обіду, вечері.

18. Технологічний процес обслуговування споживачів у ресторані. Характеристика способів подання страв та закусок.

19. Правила подання страв та напоїв: послідовність подання, температурний режим, відповідний посуд, прибори тощо.

20. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування споживачів у готельних комплексах.

21. Особливості надання послуг харчування споживачам під час подорожи

22. Особливості організації та обслуговування споживачів під час офіційних та неофіційних банкетів та прийомів.

23. Особливості організації та обслуговування споживачів під час

надання кейтерингових послуг.

24. Організація обслуговування туристів у закладах ресторанного господарства.

25. Особливості обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства за типом „шведський стіл”.

Практичні завдання

1. Ви працюєте адміністратором у ресторані. До вас звернувся за інформаційно-консультаційною послугою щодо будівництва нового закладу ресторанного господарства. Проектна площа торгівельного залу дорівнює 180 м². Площа для інших приміщень передбачається.

Вам необхідно проконсультувати підприємця з таких питань: З чого починати? Як правильно обрати концепцію закладу ресторанного господарства, та від чого це залежить? Яка кількість місць буде у проєктованому закладі як що за основу брати концепцію закладу ресторанного господарства з високим рівнем надання послуг? Яку виробничу структуру обрати?

Можлива відповідь:

Для того щоб розпочати будівництво закладу ресторанного господарства треба з'ясувати декілька важливих питань, а саме: дослідити сегмент ринку, та визначитись з концепцією закладу. Після того вам необхідно з архітектурно-будівельною компанією розробити проєкт та погодити його у віх дозвільних інстанціях, та отримати дозвіл на будівництво.

Для того щоб обрати концепцію закладу Вам необхідно приділити увагу дослідженню ринка та проаналізувати всі сильні та слабкі сторони конкуренті. Після чого обрати цільову аудиторію та розробити бізнес план майбутнього підприємства.

Для того щоб з'ясувати яка кількість місць буде реальною для вашого закладу треба скористатися нормативними посиланнями, де є орієнтовна рекомендована площа на одного споживача у закладі ресторанного господарства в залежності від типу та форми обслуговування. Саме тому на одно споживача може виділятися від 0,6 до 3 і більше м² торгівельної площі , в залежності від типу та форми. Як що за розрахунок взяти норматив для ресторану близько 3 м², торгівельний зал загальною площею 180 м² одночасно зможе обслуговувати $180/3=60$ місць.,

При такій кількості рекомендовано що найменше мати 6 місць біля барної стійки, у випадку коли вона планується бути у торговельному залі.

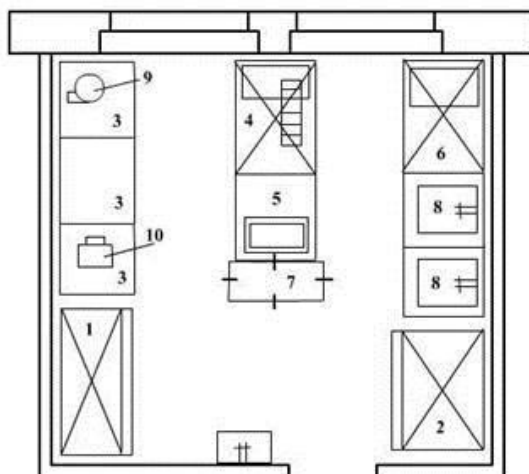
Виходячи з розрахункової кількості місць у торговельному залі можна планувати та розраховувати кількість необхідного устаткування, посуду, інвентарю, обслуговуючого персоналу, кухарів, потреби іншої площі для будівництва допоміжних та виробничих приміщень проєктованого підприємства.

На склад виробничої структури підприємства впливає кількість місць, тип підприємства, асортиментний мінімум страв та напоїв що будуть виготовлюватись та пропонуватись споживачам у закладі. Якщо обирати з доготовельної структури та виробництва з повним циклом, тут треба зазначити що у першому випадку знадобиться менша кількість виробничих приміщень тому що підприємство буде отримувати напівфабрикати, що дещо звужує асортимент та піднімає собівартість страв для кінцевого споживача.

У випадку з повною виробничою структурою треба проєктувати більшу кількість виробничих ділянок або приміщень, але завдяки тому що ви отримуєте сировину та маєте повний цикл виробництва можете розширювати асортимент страв, та пропонувати страви за більш вигідною для кінцевого споживача ціною. Перелік всього необхідного устаткування при певній кількості місць залежно від типу підприємства та виду виробництва можна знайти в рекомендованих нормах.

2. Розробіть схематичне розміщення устаткування холодного цеху кафе, дайте пояснення та рекомендації при проєктуванні виробничих приміщень.

Можлива відповідь:



Устаткування холодного цеху кафе: 1 – шафа холодильна; 2 – шафа холодильна; 3 – стіл виробничий; 4 – стіл з охолоджуваних шафою та надбудовою; 5 – стіл низькотемпературний; 6 – стіл з охолоджуваних шафою; 7 – пересувний стелаж; 8 – мийна ванна; 9 – овочерізка; 10 – слайсер; рукомийник.

При проектуванні виробничих приміщень закладів ресторанного господарства необхідно використовувати діючі санітарні, будівельні, протипожежні вимоги та стандарти відповідно до типів будівель.

Крім того для планування та підбору устаткування залежно від типу та кількості місць закладу ресторанного господарства можна використовувати Рекомендовані норми технічного оснащення закладів громадського харчування затверджене наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 03.01.2003 №2. Відповідь можна деталізувати.

3. Складіть меню сніданку для групи туристів з Англії, порекомендуйте яка форма обслуговування буде найбільш доречною при обслуговуванні групи туристів з 5 осіб, та групи туристів з 32 осіб.

Можлива відповідь:

Для того щоб скласти меню для туристів з будь якої країни, перш за все необхідно ознайомитись з особливостями харчування туристів.

День англійців починається з ранкового чаю або апельси-нового соку, який вони п'ють ще в ліжку. На перший сніданок звичайно подають яєчню з беконом (він має бути не надто жирним), вівсяну кашу (порідж) і підрум'янений тост з апельсиновим варенням. Деякі надають перевагу не яєчні, а смаженому оселедцю, сосискам або ниркам. Все це запивається великою кількістю чаю. Особливістю англійської кухні є те, що багато англійців вірні одному й тому ж сніданку кожного дня.

Ленч, або другий сніданок, подають о 13-й годині. Меню часто включає печеню (обов'язково зі смаженою картоплею і зеленими овочами), десерт, пудинг, рис з молоком, інколи пухкий сир, який їдять не лише з хлібом, а й зі спеціальними бісквітами та маслом.

Деякі сім'ї (особливо в центральних і північних районах) замість обіду влаштовують великий чай. До тістечок додаються сандвічі, копчений оселедець або холодне м'ясо, салат, інколи гаряча страва. Але більш консервативні сім'ї на подібну заміну дивляться зневажливо і залишаються вірними гарному обіду, який складається з легкої закуски або супу, смаженого м'яса (обов'язково з картоплею і зеленню) та десерту.

Англійці прихильні до різноманітних сандвічів і канапе, але не з ковбасами і сосисками.

Серед перших страв перевага надається бульйонам і супам-пюре, однак англійці не відмовляються і від заправлених супів (типу борщів, розсольників, овочевих супів, солянок), але їх вживають набагато рідше.

Традиційними є страви із яєць. Англійці люблять яйця „в мішечок”, омлети з сиром, шинкою, беконом, натуральну яєчню.

Тост – підсмажений білий хліб завжди подається до столу, особливо популярним є підсмажений на вершковому маслі з тертим сиром.

Хліб – пшеничний і житній вживається в невеликій кількості. Його замінює карто-пля, приготовлена по-англійськи.

В якості десерту частіше вживаються фруктово-ягідні пюре з вершками, морозивом, свіжі фрукти. Із фруктів найбільш поширені яблука. Для приготування тістечок викори-стовують виноград, лимони, апельсини, сливи, фініки, мигдаль та інші горіхи. Традиційними є десерти-компоти із сухих фруктів з вершками і чаєм.

В Англії виготовляють різні сорти сиру. їх подають наприкінці обіду до десертних вин.

Із напоїв найбільш поширений чай. Англійці п'ють його до семи разів на день, особливо чітко дотримуються вони чаєпиття о 17-й годині. До чаю подаються пиріжки із за-цукрованими фруктами, мигдалем або іншими горіхами, галети, духмяні хлібці або тон-ко нарізаний хліб з маслом.

Чай звичайно п'ють з невеликою кількістю молока, причому обов'язково до гарячо-го молока додають чай, а не навпаки.

| Назва страви, зовнішній вигляд | Калорійність |
|-----------------------------------|------------------|
| | страви / маса |
| Перший сніданок | |
| Яєчня з черрі, беконом і сосиками | 215 Ккал / 290 г |
| Апельсиновий сік | 45 Ккал / 220 мл |
| Чай чорний з молоком | 35 Ккал / 200 мл |
| Борошняні вироби у асортименті | 35 Ккал / 50 г |
| Другий сніданок | |
| Салат овочевий | 60 Ккал / 100 г |
| Чечевичний суп з яловичиною | 70 Ккал / 220 г |
| Печеня з картоплею та овочами | 120 Ккал / 270 г |
| Пудінг „Рис з молоком” | 53 Ккал / 230 г |
| Чай в асортименті | 25 Ккал / 200 мл |
| Борошняні вироби в асортименті | 35 Ккал / 50 г |

При обслуговуванні туристів у ресторані під час сніданку можна використовувати повне обслуговування з офіціантами страви обирати за допомогою меню A La Carte, або запропонувати меню скомплектованих сніданків – ця форма обслуговування буде доречною при індивідуальному зверненню. У разі обслуговування великої групи туристів слід використовувати самообслуговування, шведський стіл, або скомплектоване меню, яке було заздалегідь узгоджено замовником послуг.

Така форма обслуговування надасть можливість обслуговувати велику кількість туристів за обмежений період часу.

4. Ви працюєте адміністратором ресторану. Вам необхідно прийняти замовлення на проведення банкету з урочистої нагоди на 80 осіб, та у подальшому організувати процес обслуговування заходу. Розкрийте особливості прийняття та виконання замовлення. Підберіть необхідну площу та чисельність обслуговуючого персоналу.

Можлива відповідь:

Для того щоб прийняти замовлення для проведення банкету необхідно: з'ясувати у замовника нагоду банкету, узгодити меню, термін проведення, форму обслуговування, послідовність обслуговування споживачів, програму заходу, можливість надання додаткових послуг власними силами або за допомогою субпідрядника. Всі узгоджені питання фіксуються у договорі про надання послуг або рахунку-замовленні. Після сплати авансу замовником, необхідно розмістити заказ-наряд на виробництво та бар, у разі неможливості власними силами надати запропонований об'єм додаткових послуги – скористатися послугами субпідрядниками. Провести контроль за закупівлею всього необхідного для організації проведення урочистого заходу.

5. Вас взяли на посаду адміністратора молодіжного кафе, яке закінчує будівництво. У ході співбесіди з'ясувалось що майбутній роботодавець забув облаштувати барну стійку. Вам необхідно виправити помилку, підібрати необхідне устаткування, дати рекомендації щодо облаштування місця барменів, підібрати персонал для роботи за барною стійкою. Ви знаєте що торгівельна зала розрахована на 94 місця.

Можлива відповідь:

У тому разі що торгівельна зала розрахована на 94 місця, звідси можна з'ясувати що найменша кількість місць за барною стійкою буде дорівнювати не менше ніж 10 % від загальної кількості місць, що становить 10 місць.

На одного споживача за барної стійкою відводиться від 0,6 до 0,8 мп., мінімальна довжина барної стійки буде дорівнювати 6 м., максимальна – 8 м.

На кожні 3 метри стійки необхідно облаштовувати робоче місце бармена. Тобто одночасно повинно працювати що найменше двом барменам.

Для організації одного робочого місця бармена необхідно мати: весь інвентар для приготування коктейлів, розливу напоїв (шейк ери, стренери, мірний посуд, маклери, ложку барну, рімер, організатори барні, джус-бокиси, пітчер, стренер, темпер, гейзери, ніж сомельє, ніж для фруктів, дошку барну, посуд для приготування та подавання напоїв, барні ковбики, прикраси для напоїв, тощо), станцію бармена, холодильну шафу.

У барі потрібно облаштувати: мийну ванну (не менше однієї), льодогенератор, подрібнювач для льоду, блендер, міксер для коктейлів, каво машину, сокочавилку для citrusових та твердих овочів та фруктів, пивну колону, охолоджувачі напоїв, холодильну та морозильну шафу, рекомендовано встановлювати бокаломийну машину, ваги, фіскальне обладнання.

Для того щоб прийняти персонал на роботу, завчасно необхідно скласти графік виходу на роботу та розробити посадові інструкції.

У посадовій інструкції обов'язково вказуються вимоги до персоналу, наводиться перелік того що співробітник повинен знати, вміти, розкриваються права та обов'язки сторін, обсяг роботи та відповідальність. Відповідь можна розширити прикладом посадової інструкції.

Список рекомендованої літератури

1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.

2. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування : наказ Міністерства економіки з питань Європейської інтеграції України від 27.07.2002 р., № 219.

3. Межгосударственный стандарт 20523-97. Услуги общепитания. Общепитания. Общепитания.

4. Черевко О.І. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу / О.І. Черевко, Л.П. Малюк, Г.В. Дейниченко. – Х. : Фавор ЛТД, 2003. – 440 с.

5. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства / В.В. Архіпов. – К. : Інкос, 2007 – 280 с.

6. Акопій В.В. Організація і технологія надання послуг / В.В. Акопій. – К. : Академія, 2006. – 312 с.

7. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания / М.И. Белошапка. – М. : Академия, 2006. – 224 с.
8. Богушева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров / В.И. Богушева. – Ростов : Феникс, 2002. – 402 с.
9. Браун Т. Хеппер К. Настольная книга официанта / Т. Браун, К. Хеппер. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 230 с.
10. Завадинська О.Ю. Организация ресторанного господарства за кордоном : навч. посіб. / О.Ю. Завадинська, Т.Є. Литвиненко. – К. : КНТЕУ, 2003. – 89 с.
11. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / Л. Зигель, С. Зигель, Р. Летер та ін. – М. : Центр полиграф, 2003. – 210 с.
12. Карл Уильям Л. Организация обслуживания на предприятиях массового питания / Карл Уильям Л. – М. : Сирин, 2002. – 115 с.
13. Ресторанный бизнес / Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова, СЛ. Ефимов, Т.П. Голубева. – М. : Росконсульт, 2002. – 465 с.
14. Курочкин А.С. Организация производства / А.С. Курочкин. – К. : МАУП, 2001. – 216 с.
15. Курочкин Т.Є. Особливості організації дипломатичних прийомів / Т.Є. Курочкин. – К. : КНТЕУ, 2005.
16. Лошинский В.М. Сервировка и этикет стола / В.М. Лошинский. – Минск : Діайда, 2000. – 240 с.
17. Малюк Л.П. Организация работы бармена : навч. посіб. / Л.П. Малюк, Н.В. Полстяна, Т.П. Кононенко. – Х. : ХДАТОХ, 2002. – 214 с.
18. П'ятницька І.О. Организация обслуживания у підприємствах ресторанного господарства / І.О. П'ятницька. – К., КНТУ, 2005 – 632 с.
19. Рабе Б. Искусство сервировки / Рабе Б. – В. : Внешсигма, 2000. – 111 с.
20. Усов В.В. Организация производства обслуживания на предприятиях общественного питания / В.В. Усов. – М. : Профобриздат, 2003. – 207 с.
21. Фатхутдинов Р. А. Организация производства / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Инфра, 2003 – 672 с.

„МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА”

Програма дисципліни

Тема 1. Теоретичні засади менеджменту у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Сутність управління та менеджменту. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія. Менеджмент як вид професійної управлінської діяльності в умовах ринкових відносин. Характеристика й аналіз різних визначень менеджменту. Управлінські відносини як предмет вивчення дисципліни.

Менеджмент як наукова дисципліна. Еволюція наукових шкіл менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Принципи менеджменту. Рівні менеджменту. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація. Функції менеджменту. Завдання менеджменту.

Менеджмент в готельно-ресторанному господарстві як наукова і практична діяльність та навчальна дисципліна, її зміст, структура, взаємозв'язок із суспільними та спеціальними дисциплінами. Заклад готельного (ресторанного) господарства та готельно-ресторанний комплекс як об'єкти управління.

Особливості та проблеми управління закладами готельно-ресторанного господарства.

Тема 2. Функції менеджменту. Функціональна спеціалізація управління в закладах готельно-ресторанного господарства. Класифікація функцій менеджменту, їх взаємозв'язок.

Сутність і зміст функції планування й прогнозування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування. Рівні планування діяльності закладів готельно-ресторанного господарства.

Функція організації як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного господарства. Координування як функція забезпечення ритмічної роботи закладу, умови її виконання.

Функція мотивації (стимулювання) її сутність і значення, порядок та напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного господарства. Характеристика теорій мотивації.

Функція контролю як форма зворотного зв'язку від підрозділів закладу до органів управління. Види контролю в готельно-ресторанному господарстві. Органи зовнішнього і внутрішнього контролю за діяльністю

підприємств готельно-ресторанного господарства. Попередній, поточний і заключний контроль. Регулювання процесу виробництва та обслуговування на основі контролю за діяльністю підрозділів закладів готельно-ресторанного господарства.

Характеристика і класифікація спеціальних (конкретних) функцій менеджменту в закладах готельно-ресторанного господарства. Співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів.

Тема 3. Методи менеджменту. Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління.

Значення системи методів менеджменту в роботі закладів готельно-ресторанного господарства. Мотиваційна природа методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту, їх взаємозв'язок.

Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання в закладах готельно-ресторанного господарства. Зміст економічних методів менеджменту, комерційний розрахунок, ціноутворення, прибуток, матеріальне стимулювання.

Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту. Характеристика методів організаційного впливу: організаційне регламентування – закони, статuti, положення, організаційне нормування, інструктування. Особливості регламентування в закладах готельно-ресторанного господарства. Розпорядчий вплив і форми його застосування: накази, розпорядження, вказівки.

Значення людського фактору в управлінні закладами готельно-ресторанного господарства. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту: підвищення соціальної активності членів колективу, соціальне нормування і регулювання, методи пропаганди та агітації, формування оптимального психологічного клімату в колективі тощо.

Тема 4. Прийняття управлінських рішень. Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи готельно-ресторанних комплексів. Класифікація управлінських рішень.

Вимоги до управлінських рішень: наукова обґрунтованість, реальність, цільова спрямованість, кількісна та якісна визначеність.

Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень. Аналіз і класифікація проблем в діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Етапи прийняття управлінських рішень.

Методи розробки варіантів управлінських рішень: експертної оцінки, моделювання, „мозкового штурму”, порівняння. Критерії вибору варіантів

рішення. Вимоги до прийняття отриманого рішення керівником підприємства.

Характеристика факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень. Етапи реалізації управлінських рішень.

Тема 5. Проектування робіт на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Концепції „організації праці” та „проектування робіт” у закладах готельно-ресторанного господарства, їх загальні риси та відмінності. Загальна характеристика основних елементів організації праці. Поняття „роботи”. Аналіз роботи. Параметри роботи. Сприйняття змісту роботи. Зв'язок технології та проектування роботи. Моделі проектування робіт в закладах готельно-ресторанного господарства. Особливості проектування робіт окремих категорій працівників готельного та ресторанного господарства.

Тема 6. Функціональна структура сучасних готельних комплексів. Поняття та різновиди комплексних підприємств в готельно-ресторанному господарстві. Організаційно-функціональна структура готельних комплексів різних типів і місткості. Класифікація служб, підрозділів та посад в готельному комплексі за характером отримання доходу (прямий і непрямий дохід) та наявності контакту з гостями (frontoffice та backoffice). Зміст управління основними службами готелю та ресторану при готелі. Завдання управління підрозділами, що надають додаткові сервісні послуги.

Структура і завдання підрозділів виробничої інфраструктури готельного комплексу. Інженерно-технічна служба підприємства, її функції та принципи управління. Зміст і завдання управління транспортним та складським господарством в готельному комплексі. Служба комп'ютерного управління готельного комплексу. Управління безпекою готельного комплексу.

Організація вищої управлінської ланки готельного комплексу та особливості управління його функціональними підрозділами.

Тема 7. Управління персоналом на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Роль персоналу в досягненні ефективності та підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства. Фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту до персоналу в індустрії гостинності. Особливості та проблеми управління персоналом в готельному та ресторанному господарстві.

Визначення і класифікація персоналу закладів готельно-ресторанного господарства. Кількісні та якісні характеристики персоналу. Організаційна поведінка як об'єкт управління та фактори, що визначають її якість на підприємствах готельного та ресторанного господарства. Зміст та завдання управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства.

Кваліфікаційна структура персоналу закладів готельного та ресторанного господарства. Професії й посади основних підрозділів закладів готельного та ресторанного господарства. Кваліфікаційні вимоги до професій і посад основних підрозділів закладів готельного, ресторанного господарства.

Особливості професійного розвитку та зміст навчальних тренінгів персоналу в готельно-ресторанному комплексі. Критерії ділової оцінки персоналу. Проблеми мотивації та компенсації праці персоналу готельного комплексу. Корпоративна культура та її елементи в управлінні персоналом закладів готельно-ресторанного господарства.

Тема 8. Управління бізнес-процесами у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Поняття бізнес-процесу. Види бізнес-процесів в організації. Цілі управління бізнес-процесами. Фази управління бізнес-процесами.

Перелік теоретичних питань

1. Сутність управління та менеджменту. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія. Управлінські відносини на підприємстві.
2. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація. Рівні менеджменту.
3. Принципи та завдання менеджменту.
4. Особливості та проблеми управління закладами готельно-ресторанного господарства.
5. Класифікація функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок.
6. Сутність і зміст функції планування. Принципи планування. Рівні планування діяльності на підприємствах готельно-ресторанного господарства.
7. Зміст функції організації у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Координування.

8. Сутність і зміст функції мотивації (стимулювання) на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Характеристика теорій мотивації.

9. Сутність і зміст функції контролю на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Види контролю в готельно-ресторанному господарстві.

10. Характеристика і класифікація спеціальних (конкретних) функцій менеджменту на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

11. Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління.

12. Керівництво та лідерство

13. Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

14. Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту, їх значення та напрями використання на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

15. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

16. Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень.

17. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень. Методи розробки варіантів управлінських рішень. Етапи реалізації управлінських рішень. Характеристика факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень

18. Проектування робіт на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

19. Основні види організаційних структур управління підприємствами готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

20. Зміст та завдання управління персоналом на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

21. Зміст та завдання управління групами на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

22. Управління бізнес-процесами у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

23. Управління корпоративною культурою на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

24. Управління іміджем підприємств готельно-ресторанного господарства. Класифікація управлінських рішень.

25. Ефективність менеджменту підприємств готельно-ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

Практичні завдання

Завдання 1

ГРК „Кристал” в 2021 році прийняв наступні управлінські рішення:

- 1) збільшити обсяг продажів на 37%;
- 2) довести рівень рентабельності з 26 до 33%;
- 3) розширити відділ маркетингу та збуту%;
- 4) погасити заборгованість постачальнику обладнання;
- 5) зробити передоплату за нові меблі;
- 6) переобладнати частину номерів;
- 7) виплатити преміальні працівникам готелю;
- 8) розширити асортимент пропонованих додаткових послуг;
- 9) підвищити продуктивність праці на 20%;
- 10) запровадити доплату до заробітку працівникам за приріст прибутку

Класифікуйте прийняті рішення за типами:

- Стратегічні
- Тактичні
- Оперативні.

Рішення:

Стратегічні рішення спрямовані на досягнення довгострокових цілей організації. У даному випадку стратегічними рішеннями будуть рішення №1,2,9.

Тактичні рішення забезпечують виконання стратегічних і переслідують досягнення середньострокових цілей організації. Рішення №3,6,8,10 – є тактичні.

Оперативні рішення приймаються керівниками щодня для досягнення короткострокових цілей і виконання поточних робіт в організації. 4, 5, 7 – оперативні (поточні).

Завдання 2.

В результаті розробки управлінських рішень (УР) керівнику організації запропоновані наступні варіанти управлінського рішення за трьома основними критеріями, оцінених у балах, які наведені у таблиці:

| Варіанти УР | Критерій №1 | Критерій №2 | Критерій №3 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Альтернатива №1 | 10 | 50 | 100 |
| Альтернатива №2 | 3 | 60 | 100 |
| Альтернатива №3 | 5 | 80 | 90 |
| Альтернатива №4 | 10 | 75 | 95 |

Яку з альтернатив повинен прийняти керівник? **Рішення:**

Визначаємо загальну суму за критеріями Альтернатива №1 = 10 + 50 + 100 = 160

Альтернатива №2 = 3 + 60 + 100 = 163

Альтернатива №3 = 5 + 80 + 90 = 175

Альтернатива №4 = 10 + 75 + 95 = 180

Альтернатива №4 за вказаними критеріями в сумі набрала велику кількість (180) балів у порівнянні з іншими, отже, її необхідно рекомендувати до реалізації.

Завдання 3.

Співробітник постійно ухиляється від відповідальності, перепитує, як слід виконувати поточну роботу, але в результаті все робить дуже старанно. Співробітник працює в готелі більше півроку. Чим може бути викликана ця ситуація? Які Ваші дії?

Рішення: перш за все, необхідно задуматися над причинами того, чому співробітник ухиляється від відповідальності і перепитує. Необхідно відкрито поговорити зі співробітником і з'ясувати його бачення ситуації.

Можливо, однією з причин такої ситуації є те, що сама постановка завдання не є для нього зрозумілою, наприклад, через особливості сприйняття та інших індивідуальних якостей. Отже, в цьому випадку необхідно особливу увагу приділити самому процесу постановки завдання. Так, важливо переконатися в тому, що співробітник правильно розуміє те, що від нього хочуть – наприклад, уточнивши у нього який повинен бути результат виконання поставленого завдання і які кроки він робитиме, для того, щоб прийти до заданого результату.

Другою причиною, сформованої ситуації може бути невпевненість співробітника в собі і в своєму професіоналізмі, через невеликий стаж роботи в готелі або недостатній професійний досвід. В даному випадку, доцільно просто почекати ще якийсь час. Хороший засіб змусити людину повірити в себе – це похвала за добре виконану роботу.

Третьою ймовірно причиною сформованої ситуації може бути проблема в готелі з адаптацією нових кадрів. В цьому випадку, необхідно переглянути підхід до адаптації нових співробітників на підприємстві.

Завдання 4.

У співробітника ресторану, який раніше давав відмінні результати, різко знизилася ефективність роботи, при цьому формально він виконує свої обов'язки. Чим може бути викликана така ситуація?

Запропонуйте шляхи підвищення зацікавленості співробітників ресторану в підвищення якості обслуговування.

Запропонуйте шляхи підвищення зацікавленості співробітників ресторану в підвищенні якості обслуговування.

Рішення: перш за все необхідно поговорити зі співробітником напямую, щоб з'ясувати причини зміни його поведінки. Найімовірніше, така зміна поведінки співробітника може бути пов'язана з недостатньою мотивації до роботи. Необхідно переоцінити діючу систему мотивації на підприємстві. Можливо, високі результати співробітника не були подстоїнству оцінені керівництвом. Зокрема, до ефективних методів стимулювання можна віднести:

- підвищення з заробітної плати працівникам в залежності від їх кваліфікаційного рівня та стажу роботи;
- винагороди за якісно виконану роботу за відгуками відвідувачів, кількості виконаних замовлень тощо (працівник місяця);
- надбавки за дотримання трудової дисципліни;
- надання або часткова компенсація житла не місцевим працівникам;
- безкоштовні обіди;
- проведення корпоративних заходів;
- абонемент на відвідування басейну, тренажерного залу тощо.

Завдання 5.

Для вивчення потреб і смаків споживачів та подальшого підвищення рівня якості обслуговування ресторану, гостям пропонуються заповнювати анкети, де гості можуть висловити свої враження про ресторан у цілому, а також про організацію і якість харчування та обслуговування.

Запропонуйте систему стимулювання відвідувачів ресторану.

Рішення: Для стимулювання клієнтів можливо використовувати наступні стимули:

- отримання подарунків (безкоштовна ранкова кава при замовленні комплексного сніданку; десерт у подарунок жінкам – до свята 8 березня, у випадку попереднього бронювання столика);

- наявність постійно діючих накопичувальних дисконтних карток;
- спеціальні пропозиції;
- розіграші призів серед гостей за номерами чеків тощо.

Завдання 6.

Менеджер престижного ресторану замовив італійське вино, ірландське віскі, українську горілку (по 30 пляшок кожного) на банкет, що має відбутися 5 жовтня. Проте, враховуючи тривалу процедуру розмитнення та оформлення дозвільних документів, навряд чи вино буде поставлено вчасно відповідно банкет зіпсовано.

Яким чином і якими методами менеджменту можна вирішити ситуацію? Прийміть управлінське рішення, як не підвести менеджера престижного ресторану та не втратити важливого клієнта. Уявіть себе на місці постачальника алкогольних напоїв та менеджера закладу.

Рішення:

Для рішення даної ситуації необхідно прийняти наступні управлінські рішення:

З точки зору постачальника - одразу ж попередити менеджера ресторану про можливу затримку товару на митниці. Прикласти всі зусилля, щоб знайти такий товар (навіть у конкурентів, або через роздрібну мережу, проте значно дорожче), запропонувати аналогічне вино за смаковими якостями. Або відмовитися від замовлення, відповідно понести збитки у вигляді штрафних санкцій, згідно договору.

З точки зору менеджера – постійно контролювати вчасність поставок, особливо спец. замовлень на бенкет, що дасть можливість виявляти недопоставки та мати час на вирішення. Якщо, можливості не знайшлося замовити саме таке вино. обов'язково вибачитися перед клієнтом за незручності. Запропонувати інші напої, або знижку на бенкет, або можливість принести свої напої до закладу.

Завдання 7.

У команді працює людина - адміністратор, який постійно запізнюється (на 30 хвилин), пояснюючи це складністю добиратися до роботи, невідкладними домашніми справами. Хоча інших претензій до нього немає – він має суттєвий досвід роботи, завжди вміє виходити із складних ситуацій та розв'язувати вдало конфлікти з незадоволеними клієнтами. Керівництво пішло на поступки, та офіційно пере двинуло гафік роботи включно для одного співробітника на півгодини, проте це дуже обурило інших працівників. Чи правильно керівництво вчинило в даній ситуації? Дайте розгорнуту відповідь.

Завдання 9.

Два кандидати в ході конкурсу показали однаковий рівень розвитку професійних навичок, порівнянний досвід і освіту. За якими критеріями ви виберете того, хто стане членом вашого колективу?

Завдання 10.

Ви знаєте, що в одному з відділів компанії, де ви працюєте, має місце уповільнений конфлікт між керівником і одним із співробітників. Ваші дії? Дайте розгорнуту відповідь.

Список рекомендованої літератури

1. Андренко І.Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: Підручник / Андренко І.Б., Кравець О.М., Писаревський І.М. – Х.: ХНУМГ, 2014. – 431 с.
2. Афонченкова Т.М. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / Т.М. Афонченкова, О.В. Булюк, Б.П. Масенко та ін. – К.: Ліра-К, 2012. – 364 с.
3. Беседін М.О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник / М.О. Беседін, В.М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
4. Воронкова В. Г. Регіонально-адміністративний менеджмент / Воронкова В. Г., Катаєв С.Л., Кіндратець О. М., Зуєва, В.О., Беліченко А. Г. – К.: ЦУЛ; Професіонал, 2010.
5. Гірняк О. М. Менеджмент. Теоретичні основи і практикум: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти / О.М. Гірняк, П. П. Лазановський. – К. : Магнолія плюс, Львів : Новий світ – 2000, 2003. – 336 с.
6. Герчикова І.Н. Менеджмент: Учень для вузов / І.Н. Герчикова. – 4 – е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 511 с.
7. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: Навч. посібник/ О.Ю. Давидова. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 414 с.
8. Дикань Н. В. Менеджмент / Н. В. Дикань, І. І.Борисенко. – К.: Знання, 2008.
9. Дойль П. Менеджмент: стратегія и тактика / П. Дойль. – СПб., 1999. – 560 с.
10. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. Підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академ-видав. 2003. – 416 с.
11. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: Підручник для студентів, викладачів ВНЗ. / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с

12. Керівництво організацією: Навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, І.С. Процик. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту „Львів, політехніка”, 2008. – 244 с.
13. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент / Г.І.Кіндрацька. – К.: Знання, 2010.
14. Класики менеджмента / под. ред. М. Корнера ; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Кашуревского. – СПб. : Питер, 2001. – 1168 с.
15. Круль Г.Я. Основи готельної справи: Навч. посіб. / Г.Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
16. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 3 – є вид. допов. і перероб. – Л.: Нац. ун-т „Львів, політехніка” (Інфор.-видав. центр „ІНТЕЛЕКТ+” Ін-т післядипломної освіти); „Інтелект-Захід”, 2007. – 384 с.
17. Лэйхифф, Дж. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки / Дж. Лэйхифф. – Питер, 2001. – 688 с.
18. Мартыненко Н.М. Основы менеджмента: Ученик / Н.М. Мартыненко – К.: Каравелла, 2003. – 496 с.
19. Менеджмент: теорія і практика: Навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба та ін. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.
20. Менеджмент в туризме: Учеб. пособие / О.Ю. Тарасова, А.Ю. Сытова, А.Ю. Любомудрова и др. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. – 210 с.
21. Осовська Г. В. Менеджмент організацій / Г. В. Осовська, О. А.Осовський. - К.: Кондор, 2005.
22. Пилипенко С.М. Менеджмент: навчальний посібник / Пилипенко С.М., Пилипенко А.А., Оленко В.І. – Харків: Вид. ХДЕУ. 2002. – 208 с.
23. Пищупов, В.М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / В.М. Пищупов. – М. : Академия, 2010. – 240 с.
24. Разуванов В.М. Менеджмент качества в туризме и гостеприимстве: Учеб. – практ. пособие / В.М. Разуванов. — Минск : БГЭУ, 2011. – 157 с.
25. Сахно Е.Ю. Менеджмент сервісу. Теорія та практика / Е.Ю. Сахно. – К.: ЦУЛ, 2010.
26. Туленков М.В. Сучасні теорії менеджменту : навч. посіб. / М.В. Туленков. – К.: Каравела, 2007. – 304 с.
27. Хміль Ф.І. Основи менеджменту : підручник / Ф.І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.
28. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства / В.І. Хомяков. – К.: Кондор, 2005.
29. Яхно Т.П. Міжнародний менеджмент / Т.П. Яхно, І.А. Лапшина. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005.

„МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА”

Програма дисципліни

Тема 1. Концепція маркетингу у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Соціально-економічна сутність маркетингу: маркетинг як економічний процес, господарська функція, господарська концепція. Еволюція концепцій маркетингу, тенденції їх сучасного розвитку. Основні поняття маркетингу та їхня сутність: абсолютна та дійсна потреба, попит, товар, споживча цінність, вартість, обмін, угода й ринок. Принципи маркетингу: орієнтація на споживача, націленість на чітко виражений комерційний результат, науковість і комплексне дослідження ринку, гнучкість у прийнятті рішень, активна позиція на ринку, програмно-цільовий підхід у вирішенні маркетингових проблем. Види маркетингу.

Специфіка маркетингу в індустрії гостинності. Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс), його основні елементи – „4P”: продукт, ціна, збут, комунікації. Система інструментів у маркетинговій діяльності готелів і ресторанів та їхня структура („7P”: продукт, ціна, збут, комунікації, персонал, процес обслуговування, оточення (фізичне середовище). Процес управління маркетингом готелів і ресторанів: аналіз ринкових можливостей, визначення перспективного цільового ринку, вибір маркетингової стратегії, розробка та реалізація комплексу маркетингу, організація маркетингу, контроль маркетингу.

Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Поняття середовища маркетингу, його елементи. Контрольовані та неконтрольовані чинники. Внутрішнє середовище маркетингу. Аналіз факторів, що впливають на діяльність закладу та визначають його потенціал: менеджмент, виробництво, комплекс маркетингу, фінансово-економічний потенціал, персонал, корпоративна культура.

Елементи маркетингового мікросередовища: клієнти, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії. Фактори макросередовища: демографічні, економічні, природні, соціально-культурні, науково-технічні, політико-правові. Особливості структуризації факторів зовнішнього середовища та їх впливу на діяльність підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

Тема 3. Маркетингові дослідження - основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів. Інформаційне забезпечення маркетингу готельно-ресторанного господарства. Класифікація маркетингової інформації, характеристика її джерел (первинна, вторинна). Принципи формування та використання інформації в системі управління маркетингову підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Маркетингова інформаційна система (МІС): підсистеми внутрішньої інформації, зовнішньої інформації, підтримки маркетингових рішень і маркетингових досліджень. Сутність, види (кабінетні та позакабінетні; пошукові, описові, аналітичні; кількісні і якісні) та принципи маркетингових досліджень. Методологічні основи маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень: розробка концепції дослідження; відбір джерел інформації; збір, аналіз та інтерпретація інформації; надання результатів дослідження.

Тема 4. Маркетингові дослідження ринку підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Ринок як економічна основа маркетингу. Ознаки класифікації ринків, що практично використовуються в індустрії гостинності: за структурою (ринок досконалої конкуренції, чистої монополії, монополістичної конкуренції, олігополії), співвідношення попиту та пропозиції (ринок продавця і ринок покупця), територіальне охоплення (місцевий, регіональний, національний, світовий), кон'юнктурна оцінка (що розвивається, стабільний, нестабільний), особливості та зміст маркетингової діяльності (цільовий, основний, додатковий, що зростає). Оцінка кон'юнктури ринку. Прогнозування кон'юнктури ринку методами екстраполяції, експертної оцінки, математичного моделювання та методом розробки сценаріїв. Визначення ємності і частки ринку.

Тема 5. Маркетингові дослідження конкурентів. Конкуренція: поняття, визначення та категорії. Види конкуренції на ринку закладів готельно-ресторанного господарства: функціональна, видова, предметна. Цінова та нецінова конкуренції. Методи недобросовісної конкуренції. Модель п'яти сил конкуренції, специфіка її прояви в індустрії гостинності. Маркетингові дослідження конкурентного середовища.

Концепція виділення стратегічних груп конкурентів. Класифікація конкурентів за типом стратегій, що застосовуються. Аналіз конкурентів за схемою дослідження М. Портера (діагностика цілей і намірів конкурентів, вивчення самооцінки закладу, що досліджується, визначення поточних стратегій та можливостей з метою оцінки сильних і слабких сторін).

Дослідження реакції конкурентів на зміни ринкового середовища. Побудова конкурентної карти ринку.

Тема 6. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів. Поняття „покупець”, „споживач”, „клієнт”. Класифікація споживачів послуг індустрії гостинності: кінцеві споживачі та організації-споживачі. Принципи формування правильного розуміння споживачів закладів готельно-ресторанного господарства. Моделювання поведінки споживачів індустрії гостинності. Складові моделі поведінки споживачів: середовище, спонукальні чинники маркетингу (товар, ціна, збут та комунікації), „чорна скринька” свідомості, характеристика споживача, процес прийняття рішення про покупку; реакція споживача.

Фактори, що впливають на поведінку споживачів. Фактори середовища: економічні, культурні (культура, субкультура, мода), соціальні (соціальне положення, референтні групи, сім'я), соціальні ролі і статуси). Особисті фактори (вік, етап життя, рід діяльності, економічне становище, тип особистості, зарозумілість, установки і переконання, стиль життя). Мотиви поведінки, що приводять споживачів до придбання послуг закладів готельно-ресторанного господарства. Процес мотивації. Теорії мотивації З. Фрейда, А. Маслоу, Д. Шварца, М. Рокича, ШетаНьюмана-Гросса та ін.

Моделювання процесу прийняття рішення про покупку (усвідомлення потреби, пошук інформації, оцінка інформації, прийняття рішення про покупку, покупка товару). Визначення ступеня задоволеності/незадоволеності споживача. Дослідження відношення споживачів до закладу готельно-ресторанного господарства. Особливості поведінки організацій-споживачів.

Тема 7. Сегментація ринку. Сегментація ринку як інструмент маркетингу: поняття, визначення, категорії. Признаки сегментації ринку готельного і ресторанного господарства: географічні, соціально-демографічні, психографічні (типологія споживачів за системою VALS) та поведінкові. Етапи розвитку маркетингу відносно задоволення потреби ринку (масовий; товарно-диференційований; цільовий), їхня характеристика. Види маркетингу (недиференційований, диференційований, концентрований маркетинг), особливості та фактори, що їх визначають.

Тема 8. Маркетингова продуктова політика. Поняття категорії „готельний продукт” закладів індустрії гостинності. Багаторівнева інтегральна модель готельного продукту. Продуктова номенклатура

закладу готельно-ресторанного господарства. Концепція життєвого циклу продукту. Характеристика етапів життєвого циклу. Залежність змісту маркетингової діяльності від стадії життєвого циклу продукту.

Сутність поняття „новий продукт” у маркетингу підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Процес розробки та впровадження на ринок нової продукції: генерація ідей, відбір ідей, розробка концепції нового продукту готельного та ресторанного господарства, розробка цільової маркетингової програми, безпосередня розробка продукту, пробний маркетинг, позиціонування готельного (ресторанного) продукту на ринку, масове виробництво та комерційна реалізація. Сутність, параметри і фактори підвищення „конкурентоспроможності” продукції та послуг закладів готельно-ресторанного господарства. Поняття „якість” у сфері послуг. Концептуальні положення та моделі якості послуг в індустрії гостинності. Забезпечення якості та конкурентоспроможності продукту.

Тема 9. Цінова політика підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Ціна в комплексі маркетингу. Етапи формування цінової політики. Фактори, що визначають ефективність цінової політики індустрії гостинності. Постановка цілей ціноутворення: максимізація поточного прибутку, забезпечення життєздатності, лідерство на ринку, лідерство у якості продуктів, які пропонуються. Вибір методу ціноутворення: затратний, з орієнтацією на попит, з орієнтацією на рівень конкуренції. Цінові стратегії: конкурентні, диференційовані, асортиментні, психологічного ціноутворення, стимулюючі. Обґрунтування та реалізація цінової стратегії закладами готельно-ресторанного господарства. Особливості цінової стратегії на різних етапах життєвого циклу товару.

Тема 10. Збутова політика підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Поняття, цілі збутової політики та її місце в системі маркетингу підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Особливості формування збутової політики закладів індустрії гостинності, фактори, що впливають на її ефективність. Вибір каналів збуту, їх функції, характеристики (довжина, ширина), критерії оцінки (економічний критерій, критерій управління, критерій гнучкості). Визначення та характеристика методів збуту: прямий (продаж без попереднього бронювання, продаж через службу бронювання готелю, продаж через центральну систему бронювання, електронна торгівля) та опосередкований збут (збут через різномірних посередників: туроператори і турагенти).

Вибір посередників та організація взаємодії з ними. Управління каналами збуту.

Тема 11. Маркетингова політика комунікацій підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів

Сутність маркетингової політики комунікацій та її роль у маркетинговій політиці підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Комплекс маркетингових комунікацій. Визначення цільових аудиторій та мети комунікацій. Особливості та специфічні інструменти проведення маркетингової комунікаційної політики закладами готельно-ресторанного господарства.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій: види реклами, класифікація та планування рекламних кампаній, вибір засобів розповсюдження реклами, оцінка ефективності рекламної діяльності.

Комунікаційні характеристики особистого продажу. Зв'язки з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту як елемент комплексу маркетингу. Розробка програми стимулювання збуту. Процес участі закладу в роботі виставок. Поняття „товарної марки” (марочне ім'я і/або знак), „товарного знаку”. Основні елементи та цілі формування фірмового стилю.

Тема 12. Організація та контроль маркетингової діяльності. Програма маркетингу. Бюджет маркетингу. Організація маркетингової діяльності у закладі готельно-ресторанного господарства. Організаційні структури служби маркетингу. Маркетинг взаємовідносин. Внутрішній маркетинг. Система контролю маркетингової діяльності закладів готельного і ресторанного господарства.

Перелік теоретичних питань

1. Концепція маркетингу у підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Основні цілі, принципи та функції маркетингу.

2. Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс), його основні елементи – „4P”: продукт, ціна, збут, комунікації.

3. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

4. Мета та алгоритм здійснення SWOT-аналізу підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

5. Сутність, складові та завдання маркетингової інформаційної системи на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

6. Основні напрями та засоби маркетингових досліджень на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.

7. Конкуренція: поняття, функції та види. Основні конкурентні стратегії.

8. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів. Фактори, що впливають на поведінку споживачів. Моделювання процесу прийняття рішення про покупку.

9. Сегментація ринку як інструмент маркетингу. Ознаки сегментації ринку споживачів підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

10. Позичування товарів та послуг підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

11. Сутність, складові та завдання продуктової політики підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

12. Концепція життєвого циклу продукту. Характеристика етапів життєвого циклу. Залежність змісту маркетингової діяльності від стадії життєвого циклу продукту.

13. Формування асортиментної політики підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Основні параметри асортименту.

14. Сутність поняття „новий продукт” у маркетингу підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Процес розробки та впровадження на ринок нової продукції.

15. Торгова марка та товарний знак: сутність та функції. Брендінг.

16. Сутність та завдання цінової політики підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Сучасні стратегії ціноутворення. Фактори, які впливають на встановлення цін.

17. Поняття та цілі збутової політики підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Канали збуту. Ринкові посередники.

18. Сутність та основні елементи маркетингової політики комунікацій підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

19. Сучасні засоби стимулювання збуту підприємств готельного,

ресторанного господарства, у санаторно-курортних закладах. Розробка програми стимулювання збуту.

20. Сутність, завдання та основні завдання зв'язків з громадськістю, як інструменту маркетингу підприємств готельного, ресторанного господарства, у санаторно-курортних закладах.

21. Сутність та види реклами. Класифікація та планування рекламних кампаній, вибір засобів розповсюдження реклами, оцінка ефективності рекламної діяльності.

22. Особисті продажі та прямий маркетинг як елемент комплексу маркетингових комунікацій підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

23. Організація маркетингової діяльності на підприємствах готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах. Організаційні структури служби маркетингу.

24. Планування маркетингової діяльності підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів. Структура і послідовність розробки плану маркетингу.

25. Сутність, завдання та етапи розробки фірмового стилю підприємств готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

Практичні завдання

Завдання 1. Обсяг потенційного збуту

Вибрати один з сегментів ринку за критерієм максимального розміру збуту, виходячи з таких показників:

| Характеристика сегмента | Сегмент 1 | Сегмент 2 | Сегмент 3 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Ємність, тис. од. | 3000 | 1800 | 1300 |
| Передбачувана частка ринку закладу | 1/30 | 1/20 | 1/10 |

Завдання 2. Розрахунок позицій компанії на ринку

Піцерія „Вишенька” досліджує своїх конкурентів – піцерії „Маргарита” і „Лакомка”. В рамках дослідження було опитано 300 відвідувачів, які визначили своє ставлення до представлених конкурентів: конкурентні характеристики кожної піцерії були оцінені за шкалою з 5 балів. Середні оцінки за конкурентам представлені в таблиці.

Визначте позиції кожної піцерії по всіх п'яти параметрам і середню позицію кожного закладу. Яка піцерія займає кращу позицію?

| Параметри | Середня оцінка товарів фірм респондентами | | |
|-------------------------------|---|-------------|-----------|
| | „Вишенька” | „Маргарита” | „Лакомка” |
| Смак страв | 4,5 | 2,2 | 3,3 |
| Асортимент пропонованих страв | 4,7 | 3,6 | 4,1 |
| Місце розташування | 4,3 | 4,8 | 4,5 |
| Цінова політика | 4,0 | 3,3 | 4,2 |
| Наявність додаткових послуг | 2,0 | 4,5 | 3,1 |

Завдання 3. Визначення структури відділу збуту

Керівнику відділу збуту необхідно з'ясувати, хто вигідніше готелю – торговий агент або торговий представник. Для торгових агентів передбачений оклад в 16000 грн. на місяць і 2% комісійних, торговому представнику – оклад 14000 грн. і 5% комісійних. На обслуговується ними території очікують місячний оборот в 400 000 грн.

Завдання 4. Короткостроковий економічний ефект від реклами

Кафе „Вілена” розповсюдило листівки про сезонні знижки на багато страв зі свого меню, витрати на рекламу склали 25 000 грн. Необхідно визначити ефект від реклами, виходячи їх наведених у таблиці даних про зміну товарообігу.

| Період | Число днів | Товарообіг, грн. | Середньоденний товарообіг |
|---|------------|------------------|---------------------------|
| До проведення реклами (Д ₁) | 10 | 454 900 | 45 490 |
| Після реклами (Д ₂) | 20 | 1 320 500 | 66 025 |

Завдання 5. Ефективність рекламної кампанії

Ресторан „Армада” з лютого по травень 2021 проводив серію рекламних акцій. Всього на цю рекламну кампанію було витрачено 37 тис.грн. За аналогічний період 2020 прибуток ресторану склав 945 тис.грн. Необхідно визначити ефект від проведеної рекламної кампанії, якщо кожна окрема рекламна акція принесла ресторану „Армада” наступні додаткові кошти:

- Акція „День закоханих” – 11 800 грн.;
- Акція „Корпоратив” – 29 200 грн.;
- Акція „23 лютого” – 5500 грн.;
- Акція „Джуно” – 15 700 грн.;
- Акція „8 березня” – 6300 грн.;
- Акція „Весь квітень – при замовленні на 200 грн. – пляшка шампанського в подарунок!” – 118 700 грн.

Завдання 6. Вибір рекламного носія

Ресторан планує розмістити рекламні матеріали в місцевій пресі. Вартість реклами в газеті „А” – 46 тис. грн., в газеті „Б” – 22 тис. грн., в газеті „В” – 18 тис. грн. Середній тираж видань – 58 тис., 26 тис. і 21 тис. відповідно. Згідно з соціологічними дослідженнями, 9% споживачів регіону здійснюють покупки, отримавши інформацію з газет. Середній прибуток ресторану від обслуговування одного споживача складає 250 грн. Яку газету вибрати ресторану для ефективного поширення своєї реклами?

Завдання 7. Ефективність рекламної кампанії

Готель „Люкс” з травня по вересень 2020 проводив серію рекламних акцій. Всього на цю рекламну кампанію було витрачено 28 тис. грн. За аналогічний період 2013 прибуток ресторану склав 785 тис. грн. Необхідно визначити ефект від проведеної рекламної кампанії, якщо кожна окрема рекламна акція принесла готелю „Люкс” наступні додаткові кошти:

- Акція „HELLO, літо” – 16 200 грн.;
- Акція „Іван Купала” – 12 300 грн.;
- Акція „SPA – 50%” – 29700 грн.;
- Акція „Вечеря на двох у подарунок” – 11 200 грн.;

Завдання 8. Короткостроковий економічний ефект від реклами

Ресторан „Мисливець” розповсюдило листівки з інформацією про відкриття дитячого майданчика та появу дитячого меню, витрати на рекламу склали 31 000 грн. Необхідно визначити ефект від реклами, виходячи їх наведених у таблиці даних про зміну товарообігу.

| Період | Число днів | Товарообіг, грн. | Середньоденний товарообіг |
|---|------------|------------------|---------------------------|
| До проведення реклами (Д ₁) | 10 | 505 400 | 38 160 |
| Після реклами (Д ₂) | 20 | 1 100 200 | 64 100 |

Завдання 9. Визначення структури відділу збуту

Керівнику відділу збуту необхідно з'ясувати, хто вигідніше готелю – торговий агент або торговий представник. Для торгових агентів передбачений оклад в 16200 грн. на місяць і 2% комісійних, торговому представнику – оклад 14100 грн. і 4% комісійних. На обслуговується ними території очікують місячний оборот в 280 000 грн.

Завдання 10. Вибір рекламного носія

Ресторан планує розмістити рекламні матеріали в місцевій пресі.

Вартість реклами в газеті „А” – 38 тис. грн. і в газеті „Б” – 46 тис. грн.

Середній тираж видань – 28 тис. і 39 тис. відповідно. Згідно з соціологічними дослідженнями, 11% споживачів регіону здійснюють покупки, отримавши інформацію з газет. Середній прибуток ресторану від обслуговування одного споживача складає 185 грн. Яку газету вибрати ресторану для ефективного поширення своєї реклами?

Завдання 1. Обсяг потенційного збуту

Вибрати один з сегментів ринку за критерієм максимального розміру збуту, виходячи з таких показників:

| Характеристика сегмента | Сегмент 1 | Сегмент 2 | Сегмент 3 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Ємність, тис. од. | 4500 | 2800 | 1700 |
| Передбачувана частка ринку закладу | 1/30 | 1/25 | 1/15 |

Рішення:

Для того щоб вибрати один із сегментів ринку визначимо розмір збуту для кожного сегмента.

Обсяг потенційного збуту розраховується за формулою:

$$Q = N \cdot d, \text{ де}$$

N – ємність ринку або ринкового сегменту, тис. од.,

d – передбачувана частка ринку компанії.

$$Q_1 = 4500 \times 1/30 = 150 \text{ тис. од.}$$

$$Q_2 = 2800 \times 1/25 = 112 \text{ тис. од.}$$

$$Q_3 = 1700 \times 1/15 = 113 \text{ тис. од.}$$

Висновок: перший сегмент ринку більш переважний, оскільки він забезпечує найбільший дохід.

Завдання 2. Розрахунок позицій компанії на ринку

Піцерія „Вишенька” досліджує своїх конкурентів – піцерії „Маргарита” і „Лакомка”. В рамках дослідження було опитано 300 відвідувачів, які визначили своє ставлення до представлених конкурентів:

конкурентні характеристики кожної піцерії були оцінені за шкалою з 5 балів. Середні оцінки за конкурентам представлені в таблиці.

Визначте позиції кожної піцерії по всіх п'яти параметрам і середню позицію кожного закладу. Яка піцерія займає кращу позицію?

| Параметри | Середня оцінка товарів фірм респондентами | | |
|-------------------------------|---|-------------|-----------|
| | „Вишенька” | „Маргарита” | „Лакомка” |
| Смак страв | 4,5 | 4,0 | 3,0 |
| Асортимент пропонуваних страв | 3,8 | 4,5 | 2,5 |
| Місце розташування | 2,9 | 4,0 | 3,5 |
| Цінова політика | 3,5 | 3,2 | 4,5 |
| Наявність додаткових послуг | 3,0 | 2,5 | 3,3 |

Рішення:

Підсумовуємо показники позиціонування кожної піцерії: „Вишенька” – 17,7; „Маргарита” – 18,2; „Лакомка” – 16,8. Визначимо кращу позицію по всій сукупності параметрів (СП): $СП_i = \max(17,7; 18,2; 16,8) = 18,3$.

Висновок: кращу позицію за розглянутими параметрами позиціонування має піцерія „Маргарита”. При цьому, сильними сторонами даної піцерії можна вважати місцерозташування і асортимент пропонуваних страв, а слабкими – місце розташування і невеликий перелік додаткових послуг та цінову політику.

Завдання 3. Визначення структури відділу збуту

Керівнику відділу збуту необхідно з'ясувати, хто вигідніше готелю – торговий агент або торговий представник. Для торгових агентів передбачений оклад в 5800 грн. на місяць і 2% комісійних, торговому представнику – оклад 3700 грн. і 5% комісійних. На обслуговується ними території очікують місячний оборот в 175 000 грн.

Рішення:

Розрахуємо витрати на торгового агента:

$$5800 + 175000 \times 0,02 = 15100 \text{ грн.}$$

Розрахуємо витрати готелю на торгового представника:

$$3700 + 175000 \times 0,05 = 12450 \text{ грн.}$$

Висновок: на торгового представника витрати менше, цей варіант для готелю переважніше.

Завдання 4. Короткостроковий економічний ефект від реклами

Кафе „Мелісса” розповсюдило листівки про сезонні знижки на 15 видів піци, витрати на рекламу склали 35500 грн. Необхідно визначити ефект від реклами, виходячи їх наведених у таблиці даних про зміну товарообігу.

| Період | Число днів | Товарообіг, грн. | Середньоденний товарообіг |
|---|------------|------------------|---------------------------|
| До проведення реклами (Д ₁) | 10 | 354900 | 35560 |
| Після реклами (Д ₂) | 20 | 980500 | 67000 |

Рішення:

Для визначення короткострокового економічного ефекту від реклами (Е_р) використовують формули:

$$E_p = (ПТ \times t) - Z$$

$$ПТ = Д_2 - Д_1,$$

де ПТ – приріст товарообігу, грн.,

t – число днів обліку товарообігу в післярекламний період,

Z – витрати на рекламу, грн.

Розраховуємо приріст товарообігу:

$$ПТ = 67000 - 35560 = 31440 \text{ грн.}$$

Розраховуємо короткостроковий економічний ефект:

$$E_p = (31440 \times 20) - 35500 = 593300 \text{ грн.}$$

Висновок: короткостроковий економічний ефект дорівнює 593300 грн.

Завдання 5. Ефективність рекламної кампанії

Ресторан „Вегас” з вересня по грудень 2019 проводив серію рекламних акцій. Всього на цю рекламну кампанію було витрачено 42 тис.грн. За аналогічний період 2018 прибуток ресторану склав 750 тис.грн. Необхідно визначити ефект від проведеної рекламної кампанії, якщо кожна окрема рекламна акція принесла ресторану „Вегас” наступні додаткові кошти:

- Акція „Осінній блюз” – 12300 грн.;
- Акція „2 за ціною 1” – 25200 грн.;
- Акція „День студента” – 6300 грн.;

- Акція „Хелловін” – 9700 грн.;
- Акція „Зимові знижки на коктейлі” – 7300 грн.;
- Акція „Корпоратив” – 105600 грн.

Рішення:

Загальний ефект від проведених заходів можна розрахувати за формулою:

$$\frac{P + \sum^n D_n - Z}{P}, \text{ де}$$

P – прибуток організації до проведення рекламних заходів.

Z – витрати на рекламні заходи

$\sum_{i=1}^n$ – обсяг додаткового прибутку

Розрахуємо обсяг додаткового прибутку по всіх проведених рекламним акціям:

$$\sum_{i=1}^n = 12300 + 25200 + 6300 + 9700 + 7300 + 105600 = 166400 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ефект від рекламної кампанії:

$$(750000 + 166400 - 42000) / 750000 \times 100\% = 116,59\%$$

Висновок: ефект від рекламної кампанії складе 116,59%, рекламну компанію можна вважати ефективною.

Завдання 6. Вибір рекламного носія

Ресторан планує розмістити рекламні матеріали в місцевій пресі.

Вартість реклами в газеті „А” – 37 тис. грн., в газеті „Б” – 29 тис. грн., в газеті „В” – 20 тис. грн. Середній тираж видань – 47 тис., 38 тис. і 24 тис. відповідно. Згідно з соціологічними дослідженнями, 8% споживачів регіону здійснюють покупки, отримавши інформацію з газет. Середній прибуток ресторану від обслуговування одного споживача складає 240 грн. Яку газету вибрати ресторану для ефективного поширення своєї реклами?

Рішення:

Прибуток від реклами D – це різниця між прогнозованою віддачею від потенційних споживачів і витратами на розміщення реклами, що визначається за формулою

$$D = (E_i \cdot n) - Z, \text{ де}$$

E_i – ефективність розміщення реклами,

n – середній прибуток від обслуговування одного споживача,

Z – витрати на рекламу.

Ефективність розміщення реклами в ЗМІ (E_i) – це частка споживачів, які вчиняють покупку після інформування в i -тому виданні, від загального тиражу даного видання.

Щоб знайти оптимальний шлях інформування, визначимо число потенційних споживачів (E_i), виходячи з тиражів даних видань:

$$E_A = 47000 \times 0,08 = 3760 \text{ чоловік,}$$

$$E_B = 38000 \times 0,08 = 3040 \text{ чоловік,}$$

$$E_C = 24000 \times 0,08 = 1920 \text{ чоловік.}$$

Визначаємо прибуток від розміщення реклами в газетах:

$$\text{Газета „А”: } D = (3760 \times 240) - 37000 = 865,4 \text{ тис. Грн.}$$

$$\text{Газета „Б”: } D = (3040 \times 240) - 29000 = 700,6 \text{ тис. Грн.}$$

$$\text{Газета „С”: } D = (1920 \times 240) - 20000 = 440,8 \text{ тис. Грн.}$$

Висновок: найбільш вигідним для готелю розміщувати рекламу в газеті „А”.

Список рекомендованої літератури

1. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 214 с.
2. Артюхова Т.З. Маркетинг: Учебное пособие / Т.З. Артюхова, В.В. Еремин. – 3 – е изд., перераб. и доп. – Томск: Изд- во Национального исследовательского Томского политехнического университета, 2011. – 231 с.
3. Афанасьєва О.П., Жегус О.В., Мороз О.Р., Парцирна Т.М. Маркетинг у підприємствах ресторанного господарства : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Х., 2008. – 200 с.
4. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача : навчальний посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. – 170 с.
5. Баранова О. Маркетинг: теория и практика: Учебное пособие / О. Баранова. – М.: Высшая школа экономики, ассоциация маркетинга, 2012. – 416 с.
6. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме: Учебник для студ. высш. учеб. заведений / Л.В.Баумгартен. – М.: Издательский центр „Академия”, 2010. – 304 с .

7. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. пособие / Ю.В. Безрутченко. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 164 с.
8. Бриггс С. Маркетинг в туризме / С. Бриггс. – К: Знання-Прес, 2005. – 358 с.
9. Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг / Н. А. Восколович. – М.: Теис, 2002. – 167 с.
10. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник / С.С. Гаркавенко. – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
11. Грачев А.С. PR – служба компании: Практическое пособие / А.С. Грачев, С.А. Грачева, Е.Г. Спирина. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 160 с.
12. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: Навч. посібник/ О.Ю. Давидова. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 414 с.
13. Деревицкий А.А. Школа продаж. Что делать, если клиент не хочет покупать? / Деревицкий А.А - М: Альпина Бизнес Букс, 2013. – 336 с.
14. Дикарева В. А. Основы современного маркетинга: Учебное пособие / В. А. Дикарева. – М.: Граница, 2011. – 421 с.
15. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. / А. П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2005. – 496 с.
16. Иванова Л.О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л.О. Иванова Б.Б. Семак, О.М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
17. Жегус О.В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна; ФОП Іванченко І.С. – Х., 2016. – 237 с.
18. Забарна Є.М. Маркетинг: Підручник / Є.М. Забарна. – Одеса: ОНПУ, 2012. – 149 с.
19. Захарова И.В. Маркетинг в вопросах и решениях: Учебное пособие для практических занятий / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева. – 2 – е изд., испр. и доп. – Ульяновск : УлГТУ, 2012. – 227 с.
20. Кабушкин Н.И. Управление предприятиями туризма и гостиницами: Учеб. – практ. пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 2011. – 275 с.
21. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. / Ф. Котлер. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 1046 с.
22. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишерс, 2010. – 211 с.
23. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе / Ф. Котлер. – М.: Эксмо, 2011. – 575 с.
24. Круль Г.Я. Основы готельної справи: Навч. посіб. / Г.Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.

25. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии: Пер. с англ. – 4 – е изд. / К. Лавлок. – М.; СПб.; К.: Издательский дом „Вильямс”, 2005. – 1008 с.
26. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
27. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: Підручник / М.П. Мальська. – 2 – вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
28. Макаренко І.І. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг» / І.І. Макаренко; Харків, нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. – 82 с.
29. Остапенко Г.Ф. Международный маркетинг: Учеб. пособие / Г.Ф. Остапенко. – Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2011. – 323 с.
30. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. Изд. 5 – е, перераб. и доп. – М.: Изд. – торг. корпорация „Дашков и Ко”, 2002. – 364 с.
31. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл – бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
32. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Підручник / Н.О. П'ятницька. – К.: Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.
33. Разуванов В.М. Менеджмент качества в туризме и гостеприимстве: Учеб.-практ. пособие / В.М. Разуванов. — Минск : БГЭУ, 2011. – 157 с.
34. Скворцова Н. А. Современные маркетинговые технологии: Учебное пособие / Н. А. Скворцова. – Орел: ОрелГИЭТ, 2011. – 395 с.
35. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б. Е. Токарев. – М.: ИНФРА – М, 2011. – 312 с.
36. Храбратин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг : навчальний посібник / за наук. ред.. О.А. Тимчик. – Київ : Видавництво, 2014. – 284 с.
37. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: Учеб. / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО „Бизнес-школа „Интел-Синтез”, 2000. – 640 с.

„ІНОЗЕМНА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ) ”

Програма дисципліни

1. Hotel facilities and other services.
2. The accommodation industry.
3. Conference facilities.
4. Ways of communication.
5. Moods and emotions, physical sensations.
6. Job skills and qualities.
7. At a hotel.
8. Types of houses, rooms/areas of a house, appliances and furniture.
9. Food and Beverage Service.
10. Holiday objects, signs, travel.
11. The Reception Area.
12. Careers in the Hotel Industry.
13. Hotel and Motel Chains.
14. Articles, countable & uncountable nouns.
15. The verb to be.
16. Present Simple & Present Continuous, stative verbs.
17. Adverbs of place, time, manner.
18. Perfect Tenses.
19. Future Tenses.
20. Modal verbs, past modals.
21. The passive voice.

Перелік теоретичних питань

1. Hospitality in historical perspective (Hospitality through centuries).
2. Management concepts of hospitality industry.
3. The structure of modern hospitality industry.
4. Hotel business and its development.
5. The functions and departments of a hotel.
6. Restaurant business as a branch of hospitality industry.
7. Hotel industry: challenges and opportunities.
8. Service characteristics of hospitality industry.
9. The staff of a hotel.
10. The functions and the role of a hotel general manager.
11. Hotel's promotional material as a means of creating positive image.
12. Careers in tourism and hospitality.
13. Seeing the sights. How to organize a perfect excursion.

14. Dealing with guests. Ways to satisfy customers' needs.
15. Hotels around the world. Types of hotels.
16. Restaurants around the world. Types of restaurants.
17. Why do people travel? Types of holidaymakers.
18. Eco-tourism and eco-friendly facilities.
19. Advantages and disadvantages of working in hospitality.
20. Types of holidays. Alternative ways of holiday-making.
21. Types of events. Event tourism. Organizing a perfect event.
22. The issues of tourism in Ukraine.
23. Launching a restaurant in Ukraine. What does a person need for that? What should a person know?
24. Launching a hotel in Ukraine. What does a person need for that? What should a person know?
25. Cloning the perfect hotel / restaurant.
26. Ways to improve hospitality service.
27. Problems your customers may have. Dealing with complaints.
28. Health and safety issues in hotels.
29. The ethics of communication in hospitality industry.
30. Advertising in hospitality. Ways to attract customers.

Практичні завдання

№ 1. You have recently received an e-mail from a friend of yours. Write an answer.

Dear friend!

Thank you for your letter! I'm fine and I am really excited because I've finally made up my mind to visit Ukraine.

I'm going to arrive in June and stay in your country for about four months. So I'll have enough time to travel. Could you tell me, please, what are the best lodging options in your country? I would like to know about both expensive and more affordable variants. Should I book the rooms in advance? What is the best way to pay? Anything else I need to know?

As you know, I also love camping. Could you recommend me a couple of campsites, too?

Thank you so much!

Hope to hear from you soon!

Bye, Annie

№ 2. You want to arrange an event in a luxury restaurant with your regular partner. Write an e-mail where you suggest the time and place of the event. Share reasons for choosing the place for the event. Discuss the

details with your partner: the number of guests, people to invite, food to order, entertainment to provide etc. Use formal style.

№ 3. Write a letter to your foreign friend who is going to come to Ukraine in winter.

In your letter provide the information about:

- the climate and weather in different regions of your country in winter;
- main winter holidays in Ukraine and traditions associated with them;
- some useful tips for a foreigner in Ukraine.

№ 4. You work for a hotel resort. Your boss wants you to write an advertisement to the National Geographic Traveler Magazine describing your resort and inviting tourists to stay there.

In your ad write:

- what kind of a resort you are advertising;
- where it is located;
- what kinds of services, facilities and entertainment it provides to customers;
- benefits regular customers enjoy;
- why customers should choose your resort for staying.

№ 5. You are going on a hiking tour in the Carpathians. You need to buy some equipment advertised in the Internet shop. Write a letter asking for information according to the plan:

- introduction: greeting and the purpose of your writing (mention where you saw the ad);
- body: give information about the equipment you need;
- how many items you would like to buy;
- ask about the most important details you are interested in;
- ask about the preferable kind of payment;
- include closing remarks and your signature.

№ 6. Write an essay about a place in Donbas region that is very popular because of its natural scenery.

Mention the following:

- the site's location;
- what attracts visitors;
- possible kinds of entertainment / activities;
- describe your experience of traveling to the site;
- how you feel about the place and its nature.

№ 7. You are going to launch a restaurant. Think of a specialty dish (it can also be a cocktail). Write a recipe of this dish including the list of ingredients, the instructions to make it, extra information: how it is served, what it tastes best with, what it is garnished with, some facts about its history and origin.

№ 8. You have been asked to write an article about the places of interest in Ukraine for a foreign tourist magazine. Provide the information:

- about the places in Ukraine with the richest history (2-3 places);
- mention some facts about their history;
- enumerate the landmarks and historical buildings of those regions;
- what attractions, activities and entertainment are available for tourists there;
- places to stay.

№ 9. You have called your foreign friend who is currently staying in Ukraine and found out that he / she caught a cold. Write an e-mail to your friend according to the plan below:

- introduction: greeting; some words about the purpose of your writing;
- body: express your sympathy;
- ask whether your friend visited the doctor and took any medications;
- give him / her advice what to do until he / she gets better;
- offer some help;
- closing remarks and signature.

№ 10. You are a manager of the LUXE hotel and you have received the letter of complaint from a regular customer of your hotel chain which is given below. Write an answer. Remember to use formal style and appropriate constructions making your language more polite.

Dear Mr. ***,

My husband and I recently got married and stayed at the LUXE hotel on our way back from our honeymoon. We were traveling from Palm Beach. In the past, I have had positive experiences when staying at the LUXE hotels, however, this time we had an unpleasant experience.

When we got to our room, we noticed that the air conditioner was not properly cooling the room. We called the front desk staff. She was very impolite and said, "We'll get to it when we can." We never had anyone check it out, and were not offered a new room. We were very hot, but managed to sleep okay.

Also, we were very disappointed with the breakfast the next morning. The bacon was very greasy and cold. There was no sugar for the coffee.

I am writing you this letter, Mr. ***, to let you know of the poor service at your hotel. I am giving you a chance to provide a refund. I would like to hear your side of the story, and allow a chance for you to comment, before posting a review on-line.

I have enclosed a copy of our receipt. You may call me at +** *** 07 -07-007, or email me at annajones@gmail.com.

Thank you.

Respectfully,

Anna Jones

№ 11. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Hi!

I'm so excited! I've just won some money in a competition. I can't decide whether to buy a motorbike or go somewhere on holiday – or should I save the money? What do you think I should do?

Love

№ 12. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear friend,

Thanks for inviting me to stay with you when I visit your country next month. I'm not sure how to get to your apartment from the airport. Could you write back giving me some basic instructions? What would be the best method of transport for me? I'd prefer one that isn't too expensive! Write as soon as possible.

Thanks

№ 13. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Jane,

You are the one person I feel I can consult on this. I just got a raise and for the first time I am making more than my parents. In spite of what they say, I know this is troubling them...HELP! Let's get together over lunch this week and discuss how to handle this problem.

Love

№ 14. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Joseph,

It was great to hear that you went to London during your summer holidays. I have always wanted to visit this wonderful city! Did you enjoy your journey? What places of interest did you visit? What impressed you most of all? Where did you stay? Write back as soon as possible!

Lots of love,
Suzanne

№ 15. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Amy,

Thank you a lot for your last letter. It was a nice surprise to hear from you. As you probably remember I've always wanted to visit some unusual places. And now, at last, off I went! But you'd never guess where I've chosen to spend my holiday. It's Antarctica! You would never think of it, would you? I'd like to meet you when I get back. Hope you are enjoying your holiday. Do write back soon.

Love,
Becky

№ 16. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Joy,

How are you my friend? It has been some time since we met. How was your trip to Africa? Hope you enjoyed all the Safari trips? I received all the postcards which you had sent me from there. Write back as soon as possible! Tell me everything in details!

Take care,
George

№ 17. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Mike,

It was great to hear that you went to the Crimean Peninsula during your summer holidays. I have always wanted to visit these wonderful places. Did you enjoy your journey? What places of interest did you visit? What impressed you most of all? Where did you stay? Write back as soon as possible!

Love,
Grace

№ 18. Your colleague has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Mr. Brown,

I am writing to you in connection with your advertisement about your English Summer School. Firstly, I would like to know where the school is situated. Secondly, I would like some information on the dates I can register at school. Would you also mind informing me if the price which appears in your brochure includes accommodation?

I look forward to your reply at your earliest convenience.

Daniel

№ 19. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear friend,

How are you? I hope you are fine. I want to inform you that I'm going to have party next weekend. Loud music, light snacks and new acquaintances are included. Will you come? Do write back soon.

Love,
Mike

№ 20. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Sonia,

How are you? Very well, I hope. I'm writing because there's only a month to go before I come to visit you. Maybe you can give me some advice so that I'm fully prepared. First, what sort of present should I bring for your parents? What sort of clothes shall I bring? Shall I bring anything formal?

Please write back soon and let me know. I'm really looking forward to coming!

Lots of love,
Suzanne

№ 21. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Ann,

Have you thought about what career you'd like to do in the future? I haven't, but my parents said I need to start thinking about it. Have you decided what you want to do? Have you asked anyone for advice? I really need your support.

Let me know what you think.

Love,
Jack

№ 22. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Rob,

It was great to hear that you went to Moscow during your spring holidays. I have always wanted to visit this wonderful city. Did you enjoy your journey? What places of interest did you visit? What impressed you most of all? Did you like your hotel? Write back as soon as possible!

Love,
Loren

№ 23. You work for a 5-stars hotel resort in Antalya, Turkey. Your boss wants you to write an advertisement to the international magazine before summer season describing your resort and inviting tourists to stay there.

In your ad write:

- what kind of a resort you are advertising;
- where it is located;
- what kinds of services, facilities and entertainment it provides to customers;
- benefits regular customers enjoy;
- why customers should choose your resort for staying.

№ 24. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Hi!

I'm so excited! Because of my birthday, my parents presented me a trip to any place of the world, where I would like to travel. I can't decide where to go! Will you help me with this problem? What do you think I should do?

Love

№ 25. You want to arrange a conference in one of the hotels in New-York. Write an e-mail to the hotel's manager where you suggest the time and place of the event. Share reasons for choosing the place for the event. Discuss the details with the manager: the number of participants, the period of the conference, people to invite, available equipment for the conference, food to order, entertainment to provide etc. Use formal style.

№ 26. You have been asked to write an article about the places of interest in Ukraine for a foreign tourist magazine. Provide the information:

- about the places in Ukraine with the richest history (2-3 places);
- mention some facts about their history;
- enumerate the landmarks and historical buildings of those regions;
- what attractions, activities and entertainment are available for tourists there;
- places to stay.

№ 27. You are going on a ski resort in Switzerland. You need to buy some equipment advertised in the Internet shop. Write a letter asking for information according to the plan:

- introduction: greeting and the purpose of your writing (mention where you saw the ad);
- body: give information about the equipment you need;

- how many items you would like to buy;
- ask about the most important details you are interested in;
- ask about the preferable kind of payment;
- include closing remarks and your signature.

№ 28. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Annie,

Thank you a lot for your last letter. It was a nice surprise to hear from you. As you probably remember I've always wanted to visit some unusual places. And now, at last, off I went! But you'd never guess where I've chosen to spend my holiday. It's Greenland! You would never think of it, would you? I'd like to meet you when I get back. Hope you are enjoying your holiday. Do write back soon.

Love,
Susan

№ 29. Write a letter to your foreign friend who is going to come to Ukraine in May.

In your letter provide the information about:

- the climate and weather in different regions of your country in May;
- main holidays in Ukraine in May and traditions associated with them;
- some useful tips for a foreigner in Ukraine.

№ 30. Your friend has sent you a letter. Read it and write an answer.

Dear Gloria,

Have you thought about what career you'd like to do in the future? I haven't, but my parents said I need to start thinking about it. Have you decided what you want to do? Have you asked anyone for advice? I really need your support.

Let me know what you think.

Love,
Rachel

Список рекомендованої літератури

1. Bernard & Colli Dictionnaire économique et financier. – Seuil, 1996. – 1500 с.
2. Freyhoff „Marktwirtschaft”. – К., 1999.
3. Nouvelle Édition „France”, Ministère des Affaires étrangères, 2004. – 270 с.
4. Бербець Л.І. Business English Communication Course / Л.І. Бербець, Л.М. Хистова – К. : КНЕТУ, 2004.
5. Бунтіна Л.Ф. Англійська мова ресторанної справи / Л.Ф. Бунтіна. – К.: КНТЕУ, 2000. – 172 с.

6. Буцикіна Н.Є. Ділова французька мова. Методичні рекомендації з ділового листування / Н.Є. Буцикіна. – К. : КНТЕУ, 2007. – 420 с.
7. Буцикіна Н.Є. Збірник завдань для підготовки до державного іспиту з курсу французька мова за професійним спрямуванням / Н.Є. Буцикіна, О.Г. Образ. – К. : КНТЕУ, 2008. – 87 с.
8. Галаган В.Я. Збірник завдань для розвитку комунікативних навичок / В.Я. Галаган. – К. : КНТЕУ, 2008. – 59 с.
9. Галаган В.Я. Німецька мова туризму та готельного господарства / В.Я. Галаган. – К. : КНТЕУ, 2007. – 420 с.
10. Євгененко Д.А. Практична граматики німецької мови / Д.А. Євгененко. – Вінниця, 2002.
11. Коваленко Л.В. Німецька мова ділового спілкування / Л.В. Коваленко, Н.О. Строкань. – К. : КНТЕУ, 2007. – 420 с.
12. Колечко О.Д. Ділова французька мова / О.Д. Колечко. – К. : КНТЕУ, 1999. – 360 с.
13. Колечко О.Д. Підручник з французької мови для студентів-економістів / О.Д. Колечко. – К.: КНТЕУ, 1998. – 244 с.
14. Корж В.В. Grammar Overview / В.В. Корж, О.О. Макарова, В.Г. Нікіфорова. – К. : КНТЕУ, 2008. – 78 с.
15. Кравченко В.О. Збірник оригінальних текстів для самостійної роботи студентів ФРГ ТБ / В.О. Кравченко. – К. : КНТЕУ, 2007. – 46 с.
16. Латигіна А.Г. Basic English of Economics / А.Г. Латигіна. – К. : КНТЕУ, 2004.
17. Латигіна А.Г., Бессараб Н.В. I Major in Economics / А.Г. Латигіна, Н.В. Бессараб. – К. : КНТЕУ, 2004.
18. Німецька мова економіки, бухгалтерії, торгівлі і банківської справи / Галаган В.Я., Коваленко Л.В., Міра Л.А., Строкань Н.О. – К. : КНТЕУ, 2004. – 319 с.
19. Орлик Л.С. English for Business Communication with Foreign Partners / Л.С. Орлик, Є.В. Рудешко. – К. : КНТЕУ, 2002.
20. Рудешко Є.В. Concise Business English / Л.С. Орлик, Є.В. Рудешко. – К. : КНТЕУ, 2006.
21. Семідоцька В.А. Англійська мова менеджменту готельно-ресторанного бізнесу / В.А. Семі-доцька. – К.: КНТЕУ, 2004.
22. Степаненко Т.І. Французька мова туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Т.І. Степаненко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 200 с.
23. Хистова Л.М. English for the Hospitality and Tourism Business / Л.М. Хистова. – К. : КНТЕУ, 2001.
24. Хистова Л.М. English for the Tourism Industry / Л.М. Хистова, В.О. Кравченко. – К. : КНТЕУ, 2008. – 325 с.

Навчальне видання

БЕЗРУЧЕНКОВ Юрій Володимирович
ГОВОРУХА Олена Олександрівна
КАШИНСЬКА Олена Євгенівна
ШЕХАВЦОВА Світлана Олександрівна

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРОХОДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ АТЕСТАЦІЇ
БАКАЛАВРА
ГАЛУЗИ ЗНАНЬ 24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»,
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 241 «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА
СПРАВА»

Кваліфікація: бакалавр з готельно-ресторанної справи

За редакцією доцента кафедри туризму, готельної і ресторанної
справи, к.п.н., Гуцол А.В.

„Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”