

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Навчальний посібник

За загальною редакцією
доктора економічних наук, проф. *В. Я. Брича*

Київ
Видавництво Ліра-К
2020

УДК 338.488.2:640.4](075.8)

О-64

*Затверджено на засіданні Вченої ради
Тернопільського національного економічного університету
(протокол № 7 від 27.03.2019 р.)*

Рецензенти:

Кифяк В.Ф. д.е.н., професор кафедри менеджменту і туризму Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Михайліченко Г.І. д.е.н., професор кафедри туризму та рекреації Київського національного торговельно-економічного університету;

Мізюк Б.М. д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛТЕУ.

Колектив авторів:

Брич В. Я. (т. 1.1), Бансва І.О. (т. 1.4), Барна М. Ю. (т. 1.3), Божук Т. І. (т. 1.12), Галиш Н. А. (т. 1.7), Гунько С. І. (т. 1.1), Гугул О. Я. (т. 1.7; т. 1.9), Горелков Д. В. (т. 2.3), Гуменюк Ю. П. (т. 1.9), Даниленко–Кульчицька В. А. (т. 1.10), Дорош Ю. С. (т. 1.5), Заячківська Г. А. (т. 3.1), Кушнірук Т. В. (т. 1.6), Мельник І. М. (т. 1.3), Мазур В. С. (т. 3.3), Нагара М. Б. (т. 2.4; т. 2.6), Рутинський М. Й. (т. 1.8), Сусол Н. Я. (т. 2.5), Охота В. І. (т. 1.1), Паньків Н. С. (т. 2.1), Піюренко І. О. (т. 1.4), Поплавська І. В. (т. 1.11), Теодорович Л. В. (т. 2.2), Терешкін О.Г. (т. 2.3), Тибінь А. М. (т. 1.2), Турчин Л. Я. (т. 3.2),

О-64 Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. : [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – 484 с.

У навчальному посібнику розкриті основні концепції організації обслуговування в готелях та ресторанах, які формуються на основі теоретичних і практичних принципах організації обслуговування гостей. Сучасні аспекти організації обслуговування в готельному та ресторанным бізнесі відповідають новітнім вимогам та міжнародним стандартам “введення” бізнесу. У розділах розглянуто особливості організації обслуговування у готельних та ресторанным закладах, досліджено внутрішню структуру готельно-ресторанного бізнесу та проаналізовано можливості підвищення якості обслуговування клієнтів за рахунок використання висококваліфікованого персоналу та раціонального управління людськими ресурсами.

Навчальний посібник призначений для студентів, які навчаються за спеціальністю 241 “Готельно-ресторанна справа”, а також може бути корисним викладачам, спеціалістам-практикам.

ISBN 978-617-7844-16-6

© Колектив авторів, 2020
© Видавництво Ліра-К, 2020

ЗМІСТ

ГЛАВА І. ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Розділ 1. Готельна справа як складова розвитку економіки країни та туризму

- 1.1. Сутність готельних послуг у системі туристичного обслуговування.....8
- 1.2. Історична періодизація розвитку гостинності у світі та її сучасний стан.....18
- 1.3. Становлення і сучасний стан готельної справи в Україні.....30

Розділ 2. Визначення, зміст та види готельних послуг

- 2.1. Терміни і зміст основних понять у сфері гостинності.39
- 2.2. Характерні особливості готельних послуг41
- 2.3. Загальні характеристики та властивості готельного продукту45

Розділ 3. Характеристика засобів розміщення та їх послуг

- 3.1. Основи діяльності готельного господарства. Фактори, впливу на типізацію підприємств готельного господарства.....55
- 3.2. Класифікація засобів розміщення та загальні вимоги до них59
- 3.3. Характеристика основних типів засобів розміщування.....64

Розділ 4. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії

- 4.1. Обґрунтування нормативно-правового забезпечення готельного господарства74
- 4.2. Закони та законодавчі акти, що регулюють готельну індустрію.....81

Розділ 5. Організаційно-функціональна структура сучасних готельних комплексів

- 5.1. Організація структури підприємств готельного господарства88
- 5.2. Зміст управління основними службами готелю92
- 5.3. Управління безпекою готельного комплексу.....95

Розділ 6. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства

- 6.1. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства100

6.2. Організація приміщень житлової групи	103
6.3. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства	110
6.4. Архітектурні рішення та інтер'єр готельних підприємств	115
Розділ 7. Сучасні системи бронювання місць у готелях	
7.1. Організація бронювання номерів і місць у готельному бізнесі. Значення служби бронювання та резервування у готелях	124
7.2. Міжнародні системи бронювання. Поява комп'ютерних систем бронювання	133
7.3. Розділи бронювання готельних послуг у глобальній комп'ютерній мережі Інтернет	139
Розділ 8. Організація роботи служби прийому, розміщення та обслуговування	
8.1. Технологія обслуговування гостей службою прийому і розміщення	143
8.2. Обслуговування та задоволення запитів гостей персоналом служби прийому, розміщення та обслуговування	155
8.3. Основні вимоги до організації прийому вітчизняних й іноземних туристів в Україні	160
Розділ 9. Організація обслуговування туристів у готелях	
9.1. Організація роботи служби обслуговування. Основні обов'язки служби обслуговування. Асортимент послуг, що надаються в готелях	164
9.2. Організація надання додаткових послуг туристам	168
9.3. Організація інформаційного обслуговування	170
9.4. Організація транспортного обслуговування	172
Розділ 10. Організація роботи служби консьєржів	
10.1. Технологія роботи служби консьєржів	176
10.2. Історія розвитку служби консьєржів	183
10.3. Приклади роботи служби консьєржів у світі та в Україні	183
Розділ 11. Технологія прибиральних робіт у приміщеннях готелів	
11.1. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду, інших приміщень на поверсі, служб експлуатації номерного фонду	192

11.2. Складові технологічних циклів прибиральних робіт: поточне щоденне, проміжне, прибирання після виїзду гостей і генеральне прибирання	197
11.3. Технологічний ланцюг послідовності прибирання в номерах	200
11.4. Забезпечення білизнаю готельного господарства. Вимоги до білизни	205
11.5. Прибирання в місцях загального користування: коридорах, холах, вітальнях, службових приміщеннях.....	208
11.6. Вимоги до персоналу при проведенні прибиральних робіт.....	209
11.7. Контроль якості прибирання і утримання житлового фонду готелю.....	214

Розділ 12. Організація заходів і анімаційних програм у готельно-ресторанних комплексах

12.1. Дозвіллева діяльність у готелях як важлива складова додаткових туристичних послуг	218
12.2. Заходи і анімаційні програми: класифікація та матеріально-технічне забезпечення	223
12.3. Вимоги до організатора/аніматора.....	228

ГЛАВА II. ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Розділ 1. Основи організації роботи закладів ресторанного господарства

1.1. Загальна характеристика ресторанного бізнесу.....	236
1.2. Комплекс послуг закладів ресторанного господарства.....	238
1.3. Класифікація закладів ресторанного господарства	240

Розділ 2. Формування концепції та фірмового стилю закладу ресторанного господарства

2.1. Концепція ресторанного закладу. Фактори, що визначають можливості ефективної роботи ресторану. Вибір місця розташування.....	263
2.2. Оцінка і формування попиту на послуги ресторанного бізнесу	267
2.3. Фірмовий стиль та іміджева політика ресторанного закладу.....	277
2.4. Корпоративна філософія як інструмент створення фірмового стилю	282
2.5. Імідж ресторанного закладу	284

2.6. Атмосфера, стиль і дизайн закладу.....	286
2.7. Технічна естетика закладу.....	289
2.8. Колір і світло в інтер'єрі.....	290
2.9. Музика як елемент формування фірмового стилю. Шоу програми	293

Розділ 3. Технологічний процес виробництва продукції в ресторанах

3.1. Виробничий процес як основа формування закладу ресторанного господарства	299
3.2. Основні принципи раціональної організації та оперативного планування виробництва у закладах ресторанного господарства.....	301
3.3. Організація постачання закладів ресторанного господарства.....	309
3.4. Організація роботи складського, тарного та транспортного господарств	313
3.5. Технологічне обладнання. Підбір технологічного обладнання.....	315
3.6. Столова білизна. Посуд і прилади. Меблі	325
3.7. Основні етапи технологічного процесу виробництва продукції в ресторанах	334

Розділ 4. Формування та оформлення меню закладу ресторанного господарства

4.1. Меню як основа, що визначає вектор діяльності ресторану	343
4.2. Правила формування успішного меню.....	346
4.3. Оформлення та дизайн меню.....	349
4.4. Меню-інжиніринг як оптимальний спосіб підвищення прибутковості закладу ресторанного господарства.....	352

Розділ 5. Управління якістю продукції підприємств ресторанного господарства

5.1. Система управління безпечністю харчових продуктів в ресторанному господарстві	359
5.2. Методи визначення показників якості продукції ресторанного господарства	362
5.3. Фізико-хімічні і мікробіологічні показники якості кулінарної продукції.....	364
5.4. Методологія органолептичного контролю якості продукції ресторанного господарства.....	368
5.5. Сучасні засоби вимірювання параметрів контролю технологічних процесів	371

Розділ 6. Управління людськими ресурсами закладу ресторанної сфери

6.1. Трудовий колектив ресторану і його структура	376
---	-----

6.2. Сутність, завдання та принципи формування персоналу закладу ресторанного господарства	381
6.3. Планування персоналу як первинний процес формування людських ресурсів ресторану	384
6.4. Види планування персоналу. Особливості стратегічного управління персоналом.....	388
6.5. Організація набору персоналу закладу ресторанного господарства	393
6.6. Сучасні технології оцінки діяльності персоналу у ресторанах.....	397
6.7. Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток закладу ресторанної сфери	403

ГЛАВА III. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Розділ 1. Поняття маркетингу готельно-ресторанного бізнесу

1.1. Загальні принципи концепції маркетингу готельно-ресторанного бізнесу	413
1.2. Етапи процесу маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	417

Розділ 2. Маркетингові стратегії підприємств готельно-ресторанної індустрії

2.1. Маркетингове середовище та стратегії підприємств готельно-ресторанної індустрії.....	429
2.2. Стратегія сегментування ринку готельних послуг на основі певних критеріїв: географічних, соціально-демографічних, психологічних	440

Розділ 3. Бізнес-позиціонування готельно-ресторанного сектору на ринку

3.1. Етапи сегментування ринку закладів готельно-ресторанного сектору	451
3.2. Вибір критеріїв сегментування	453
3.3. Класифікація сегментування за видами.....	456
3.4. Стратегія вибору цільових сегментів і позиціонування товару	461
3.5. Розробка стратегії охоплення готельно-ресторанного сектору.....	464
3.6. Поняття цільового сегмента ринку і цільової аудиторії покупців	466

Список використаних джерел.....	472
--	------------

ГЛАВА І.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

РОЗДІЛ 1.

Готельна справа як складова розвитку економіки країни та туризму

- 1.1. Сутність готельних послуг у системі туристичного обслуговування.
 - 1.2. Історична періодизація розвитку гостинності у світі та її сучасний стан.
 - 1.3. Становлення і сучасний стан готельної справи в Україні.
-
-

1.1. Сутність готельних послуг у системі туристичного обслуговування

Індустрія туризму набирає в Україні все більших темпів розвитку і обсягів обслуговування туристів. Сьогодні її розглядають як відповідний базис для ведення, зокрема і готельного та ресторанного бізнесу, що має гарні перспективи в нашій державі. Особливе значення відіграє багатогранність і багатоваріантність туристичного обслуговування, адже воно фактично поєднує в єдиний комплекс сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності. Крім власне туристичних фірм та екскурсійних організацій, це – готелі, курортні і туристичні комплекси, бази відпочинку, кемпінги, мотелі, пансіонати, заклади ресторанного господарства, підприємства транспорту, установи культури, туристично-інформаційні центри, які забезпечують розміщення, харчування, перевезення, відпочинок, дозвілля та інформування туристів. Саме такий широкий спектр туристичного

обслуговування і формує багатовекторність розвитку туристичного, готельного і ресторанного бізнесу.

В свою чергу, готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії, тому що саме готельно-ресторанна справа задовольняє основні потреби туристів у нічлігу, відпочинку та харчуванні. Розвиток туризму у значній мірі пов'язаний з розгалуженістю та різноманітністю не лише мережі туристично-екскурсійних підприємств, але й рівнем сервісу та якістю послуг, пропонованих також готельним господарством і закладами громадського харчування.

Готельно-ресторанна справа, як відповідна форма та напрямок ведення підприємницької діяльності, сприяє підвищенню ефективності бізнесу та розвитку економіки в цілому. Адже внаслідок розширення та збільшення значення готельно-ресторанного бізнесу зростають надходження у бюджет, вирішується проблема зайнятості, покращується рівень життя населення. Не менш значимим є дія мультиплікаційного ефекту, завдяки якому здійснюється сприятливий вплив на решту галузей, пов'язаних із організацією готельно-ресторанної справи. Зокрема, отримують новий стимул до розвитку виробництво сувенірів і народні промисли, фестивальна діяльність та івент-індустрія, відбувається також розвиток соціально-культурних закладів та об'єктів спортивної інфраструктури.

Однією із основних світоглядних засад суспільного розвитку, що закладені у морально-етичних принципах культури багатьох народів, була традиція прийому гостей. Саме ця соціокультурна властивість у вигляді готовності, бажання приймати і пригощати гостей відома нам сьогодні під поняттям "гостинність". Згідно академічного тлумачного словника української мови, гостинність трактується як властивість, традиції, готовність і бажання приймати та пригощати гостей, що отожднюється з гостинним прийманням.

Термін "гостинність" у готельно-ресторанній справі набув поширення, завдячуючи Конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного співтовариства. Саме з моменту її створення у 1982 році фахівцями-практиками і експертами-науковцями було запропоновано і реалізовано ідею концепції гостинності, яка визначила фундаментальні принципи організації у сфері готельного обслуговування та організації харчування – сфері гостинності.

Згідно з глумачним словником Вебстера, індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей. Сучасна трактовка гостинності в усіх її проявах перетворила її на категорію не лише наукового застосування, але й зробила її базовим поняттям і складовою професійного використання у готельно-ресторанній справі.

Сфера гостинності – це комплекс галузей, основне завдання яких пов'язане з обслуговуванням гостей, відвідувачів, туристів під час їх перебування поза місцем постійного проживання. Такий комплексний характер дозволяє трактувати цю складову економіки як індустрію гостинності, в складі якої знаходяться:

- засоби розміщення;
- підприємства харчування;
- підприємства транспортного обслуговування;
- культурно-розважальні заклади;
- та інші (побутові, спортивні, медичні, освітні тощо) установи.

Таким чином, індустрія гостинності перетворюється на особливу самостійну складову сфери послуг, що поєднує групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні попиту на різні види обслуговування (в тому числі і туристичного): розміщення, харчування, відпочинок, розваги і оздоровлення. Сучасна індустрія гостинності об'єднує заклади та підприємства широкої професійної сфери діяльності людей: розміщення, громадського харчування, відпочинку, розваг, оздоровлення, а також частково організацію культурних, бізнесових, наукових заходів, мистецьких подій, спортивних змагань, екскурсійну діяльність, і навіть професійну освіту в сфері гостинності.

Отже, індустрія гостинності – інтегральна комплексна сфера професійної діяльності, спрямована на задоволення різноманітних потреб клієнтів (гостей) – як туристів, так і місцевих жителів. А готельні підприємства займають в ній ключове місце, тому що виконують функцію гостинності у сфері обслуговування туристів, забезпечуючи їх в процесі подорожі відповідними умовами для проживання і надання інших послуг. Відповідно, готельний бізнес, що є базовим в готельно-ресторанній справі, реалізує основні функції гостинності, оскільки саме він має можливість формувати і пропонувати гостям весь спектр послуг гостинності.

Виходячи з цього, слід відзначити, що готельне господарство, як найбільша комплексна складова індустрії гостинності, може розглядатися як самостійно, так і ототожнюючись з індустрією гостинності. А також, що саме готельний бізнес дозволяє поєднати дві основні складові готельно-ресторанної справи, спрямовані на задоволення потреб гостей у розміщенні та харчуванні. Надалі розглянемо базові поняття найбільш розповсюджені в науковій літературі і практиці сфери гостинності, які в комплексі розкривають зміст процесу прийому, розміщення та обслуговування гостей (туристів). А саме, “готельне господарство” і “готельна справа”, тому що вони найкраще дозволяють розкрити і зрозуміти економічну суть як готельного бізнесу, так і гостинної індустрії в цілому. Адже зміст цих понять пов'язаний з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги гостинності та забезпечують подорожуючих, в першу чергу, необхідними умовами для розміщення та харчування.

Традиційно поняття “готельне господарство” співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала в наданні платних послуг розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги й прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення стали тісно пов'язуватись з харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дає підстави для визначення поняття “готельне господарство” в широкому та вузькому його розуміннях. Визначення поняття “готельне господарство” у широкому розумінні включає надання послуг з проживання, харчування та додаткових послуг; у вузькому розумінні – лише проживання. Спектр додаткових послуг сьогодні може включати розширений перелік, в залежності від спеціалізації та можливостей закладу розміщення. Це і звичні – спортивно-оздоровчі, культурно-мистецькі, медико-реабілітаційні, комунально-побутові та інші; так і посередницькі з організації різних подій: обслуговування наукових (конгресів, конференцій, семінарів, тренінгів та ін.), ділових або бізнесових (комерційних, маркетингових, рекламних та ін.), святкових (весільних, урочистих, фестивальних та ін.) заходів.

Поняття “готельна справа” застосовувалось спочатку для визначення підприємницької (бізнесової) діяльності готелів. Нині ж це поняття охоплює діяльність підприємств малого і середнього бізнесу у сфері гостинності: туристичних баз, кемпінгів, мотелів,

відпочинкових садиб, котеджів, апартаментів та ін. Але готель був першим типом підприємств що надавали послуги проживання подорожуючим, і саме він дав назву всій бізнесовій діяльності, галузі та господарству, щодо задоволення потреби в розміщенні під час мандрівки.

Економічна сутність обслуговування у готельній справі полягає у тому, що воно має нематеріальний характер, тому що результатом господарської діяльності закладів гостинності є не “готовий продукт”, а пропозиція особливого виду послуг гостинності. При цьому послуги з розміщення не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріально-технічного базису готельного господарства, тобто без експлуатації комплексу житлових будівель, обслуговуючих споруд, технічного устаткування, технологічного обладнання та побутового інвентарю. Тому, з урахуванням виробничо-експлуатаційних особливостей обслуговування в готельному господарстві, де поєднуються організація обслуговування персоналом та споживання послуг клієнтом, цей процес визначається поняттям “надання послуг”. Поза як це відбувається в стінах (межах) готелю, то повну назва звучить як “надання готельних послуг”. Тобто в закладі гостинності, представлених переважно готелями, останні виступають водночас і засобами виробництва послуг, і місцем реалізації та споживання пропонованих послуг гостинності.

Слід підкреслити, що в процесі цієї виробничо-експлуатаційної діяльності закладом гостинності здійснюється і продаж, і безпосереднє надання послуг, яке в умовах конкуренції формує ринкову пропозицію, яка задовольняє попит клієнта (відвідувача, гостя, туриста) та приносить відповідний прибуток власнику. Тому ринок послуг гостинності (готельних послуг) – це сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг в умовах конкурентної боротьби. Вони мають свою згадану специфіку, тому що здійснюються у нематеріальній сфері економіки, існуючи незалежно одна від одної (послуги розміщення, харчування та ін.). Але у процесі комплексного споживання у готельному господарстві ці послуги формують специфічні послуги “гостинності”, що мають свої характерні особливості.

Гостинність, як послуга є основою сфери послуг не лише в туризмі, тому їй притаманні як універсальні, так і спеціальні риси. Перш за все, її ототожнюють із згаданою атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає універсальній сутності господарської діяльності в цій

сфері. Водночас послуга гостинності є системною і комплексною, яка спеціально спрямована саме на створення умов комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання.

У загальнокультурному контексті, надання послуг гостинності – це своєрідне мистецтво формування, створення та продажу впізнаваного стилю, позитивного образу, привабливого іміджу не лише закладу гостинності, але й території, де він знаходиться. Таким чином гостинність виступає важливим компонентом розвитку туристичної дестинації, що приваблює туристів.

Поняття “послуга” є важливою технологічною компонентою не лише у концепції гостинності, але й виступає основною функціональною складовою сфери послуг. В основних національних нормативно-правових актах її розглядають як цілеспрямовану виробничо-експлуатаційну діяльність, головна риса якої є поєднання процесів виробництва, реалізації та споживання послуг. За функціональним призначенням послуги, що надаються підприємствами готельного господарства, підрозділяють на матеріальні та нематеріальні.

Матеріальна послуга – це послуга для задоволення матеріально-побутових потреб споживача.

Нематеріальна послуга – це послуга для задоволення духовних, інтелектуальних потреб.

Надання послуги, її проектування і сам процес обслуговування мають кінцеву мету – якісне обслуговування споживача.

У нормативному документі “Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг” визначено:

– готельна послуга – дії (операції-) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов’язана з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі:

– основні послуги – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) та надається споживачу згідно з укладеним договором;

– додаткові послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

В умовах ринкового господарювання важливе місце відводиться поняттю “якість готельного обслуговування”. Як правило під нею розуміють сукупність властивостей та ступеня корисності послуг, що обумовлює здатність задовольняти потреби споживачів готельних послуг. Якість готельних послуг – багатоаспектне поняття. Тому якість послуги у більш широкому сенсі – це: сукупність властивостей послуги, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення, а також особливості та характеристики послуги, що здатні задовольняти певні потреби. Більшість визначень якості, що наведені в літературних джерелах, не відображають всі її аспекти. Однак це не є недоліком, тому що широкий спектр визначень стосується різних аспектів якості та вимог, що висуваються до послуг в цілому.

Отже, гостинність на підприємствах готельного господарства виявляється через комплекс послуг, яким притаманні певні споживчі властивості, що створюють позитивний імідж підприємства. Позитивний імідж у сфері гостинності має створюватися за допомогою обґрунтування моделі гостинності, що базується на розробці відповідних концепцій гостинності та правильно обраної стратегії розвитку підприємства. У сучасному готельному бізнесі вірно обрана модель гостинності дає можливість закладу гостинності оперативно реагувати на загрози і виклики середовища, визначати перспективи розвитку, з урахуванням заслуженого позитивного іміджу та з опорою на оптимально обрану концепцію гостинності планувати свою діяльність з покращення якості послуг пропонувані споживачам.

Розробка моделі гостинності залежить від урахування багатьох факторів і чинників, що сукупно впливають на взаємодію умов гостинності з середовищем гостинності в комплексному технологічному процесі. Модель гостинності формується у взаємовідносинах у системі “споживач – послуга – середовище гостинності” під впливом зовнішніх, внутрішніх і спеціалізованих (ринкових) факторів. У сучасній моделі гостинності готельні послуги набувають нового статусу, критерієм їх якості стає принцип гостинності. Відповідно середовище гостинності визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією внутрішніх чинників (ресурсів гостинності).