

УДК 657.1:657

О. А. Марченко,  
А. А. Постол

## ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

**Анотація.** У статті досліджено особливості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання. Визначено, що в Україні підприємства готельно-ресторанного бізнесу в більшості випадків класифікують за категоріями відповідно до загальної характеристики, яку визначають комплексом вимог до стану матеріально-технічного оснащення; переліку послуг, що надаються; кваліфікації персоналу та рівня обслуговування. Досліджено етапи проведення оцінювання відповідності типів зірковості підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Обґрунтовано критерії бальної оцінки суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу.

**Ключові слова:** підприємства готельно-ресторанного бізнесу, особливості, критерії, послуги, обслуговування.

**Summary.** The article examines the features of the activities of hotel and restaurant businesses in modern economic conditions. It was determined that in Ukraine the enterprises of hotel and catering business in most cases classifier categories in accordance with the General characteristics which define a set of requirements to material and technical equipment; services; staff skills and service. The stages of assessing the compliance of types of star rating of hotel and restaurant businesses are studied. The criteria for the score assessment of business entities in the hotel and restaurant business are substantiated.

**Key words:** enterprises of the hotel and advertising business, features, criteria, services, service.

DOI : 10.33783/1977-4167-2020-47-1-84-90

**Постановка проблеми.** На сьогодні готельно-ресторанний бізнес є матеріальну складову туристичної галузі та важливим сегментом ринку послуг національної економіки, що пов'язаний із діяльністю суб'єктів підприємництва, які пропонують на комерційній основі власні послуги із забезпечення клієнтів послугами з розміщення та харчування, а також іншими додатковими послугами, що є важливими складовими індустрії гостинності. Фінансово-економічна криза, що супроводжує сучасні економічні відносини, вимагає наукових досліджень економічного напрямку з метою розроблення та впровадження передових організаційно-управлінських технологій у готельно-ресторанному бізнесі, що зумовлює перегляд теоретичних основ особливостей діяльності досліджуваних підприємств для належного формування обліково-аналітичного забезпечення як інформаційної складової системи управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу у своїх працях досліджували С. І. Байлик, Н. М. Гоблик-Маркович, К. В. Каленік, М. О. Корнілевська, Л. І. Нечаюк, П. Р. Пуцентейло, А. Е. Саак, Н. О. Телеш, М. В. Якимен-

ко та ін. Проте більшість проблемних аспектів, пов'язаних з їх діяльністю в сучасних умовах господарювання, проводилися на недостатньому рівні й потребують перегляду теоретичних основ із удосконалення системи управління.

**Мета статті.** Дослідження особливостей діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Результати дослідження підтверджують, що у минулому готельно-ресторанний бізнес впродовж багатьох років асоціювався з поняттям «готельне господарство», що співвідносилось з фінансово-господарською діяльністю, яка полягала в наданні платних послуг розміщення в готелях. Згодом, зі збільшенням попиту споживачів на послуги та зацікавленням готельних закладів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення стали тісно пов'язуватися з харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дає підстави для визначення поняття «готельно-ресторанне господарство» або «готельно-ресторанний комплекс», що включає в себе проживання, харчування, а також надання інших додаткових і супутніх послуг [1, с. 146].

© О. А. Марченко, А. А. Постол, 2020

### Бібліографія ДСТУ 8302:2015:

Марченко О. А., Постол А. А. Особливості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2020. № 1 (47). С. 84–90.

### References (APA):

Marchenko, O.A., Postol, A.A. (2020). *Osoblyvosti diialnosti pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu v suchasnykh umovakh hospodariuvannia* [Peculiarities of activity of hotel and restaurant business enterprises in modern economic conditions]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (47), 84–90 (in Ukr.).

На думку О. М. Головка, підприємства готельно-ресторанного комплексу — заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг [2, с. 178]. О. Л. Ремеслова під підприємством готельно-ресторанного бізнесу розуміє суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що призначені для надання послуг з розміщення і харчування, залежно від їх типу, призначення та місця розташування, кількості зірок тощо [3]. Згідно з чинним класифікатором видів економічної діяльності діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу належить до секції І «Тимчасове розміщення й організація харчування», яка включає в себе надання місць для короткострокового проживання, а також надання готових страв і напоїв для споживання на місці [4].

Спираючись на статистичні показники 2018 р., учасниками ринку готельно-ресторанного бізнесу України є як юридичні особи — 13,7 %, так і фізичні особи-підприємці, частка яких становила 86,3 %. Подібна суттєва перевага фізичних осіб-підприємців на ринку пояснюється наявністю в податковому законодавстві спеціального режиму оподаткування (спрощена система оподаткування), що створює особливі переваги, на відміну від оподаткування діяльності юридичних осіб.

Негативні фактори, які супроводжують національну економіку, змушують систему управління підприємств готельно-ресторанного бізнесу здійснювати пошук ефективних управлінських рішень з удосконалення якості послуг, що пропонуються, забезпечувати рівень комфорту тощо [5, с. 25]. Для цього менеджменту суб'єкта господарювання слід враховувати таке: висока культура і якість обслуговування забезпечує конкурентні переваги на ринку, що позитивно позначається на результатах фінансово-господарської діяльності. Важливим критерієм, який впливає на діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу, а відповідно і на побудову систем обліку та внутрішнього контролю, є виділення класифікаційних характеристик.

Класифікаційні ознаки підприємств готельно-ресторанного бізнесу — це групування за певними критеріями, які дають можливість нести відповідальність за якість послуг, характеризувати умови організації проживання та харчування споживачів, а також виділити відповідно до організаційної структури та здійснюваних процесів центри відповідальності і центри витрат.

В Україні підприємства готельно-ресторанного бізнесу здебільшого класифікують за категоріями відповідно до загальної характеристики, яку визначають комплексом вимог до: стану матеріально-технічного оснащення; переліку послуг,

що надаються; кваліфікації персоналу та рівня обслуговування [6, с. 75]. Загальна класифікація видів підприємств готельно-ресторанного бізнесу є такою:

1. Залежно від рівня цін.
2. За місткістю номерного фонду.
3. За рівнем комфорту.
4. За наявністю закладу харчування.
5. За рівнем обслуговування в закладі харчування.
6. За місцем розташування.

Існують не лише загальні для всіх підприємств готельно-ресторанного бізнесу особливості організації та функціонування, кожне з них має свою особливість, пов'язану з місцем розташування та ціновою політикою [7, с. 215]. Відповідно до класифікаційної ознаки — за місткістю номерного фонду — пропонуємо виділяти мікрокомплекси (до 10 номерів), малі комплекси (до 30 номерів), середні (від 30 до 100 номерів) та великі комплекси (більше 100 номерів). Водночас закордонна практика та вчені пропонують іншу класифікацію даної ознаки: малі (до 150 номерів), середні (від 150 до 299 номерів), великі (від 300 до 600 номерів) та мега (більше 600 номерів). Обґрунтуванням у виборі наших ознак є класифікація підприємств у статистичному щорічнику України.

Залежно від кількості номерів здійснюється поділ номерного фонду на секції та корпуси, що дає змогу ефективніше побудувати систему обліку та контролю за центрами відповідальності. Також слід враховувати цінову категорію послуг, яка формується топ-менеджментом та/або власниками підприємства. Найважливішою класифікаційною характеристикою для підприємств є класифікаційна ознака — за рівнем комфорту, яка відіграє значну роль у вирішенні питань з організації діяльності. Відповідно, від цієї класифікації будуть залежати насамперед вимоги до матеріально-технічної бази (стан номерного фонду, технічне оснащення готелю, перелік додаткових послуг, вимоги до наявності та стану підприємств харчування, кваліфікації персоналу тощо), якість готельних послуг та їх перелік, що пропонується.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» категорії готелям можуть встановлюватися за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення стосовно безпеки для життя і здоров'я споживачів послуг [8]. Для готельно-ресторанних комплексів України передбачаються такі категорії: «п'ять зірок», «чотири зірки», «три зірки», «дві зірки» та «одна зірка» [9].

Встановлення категорій (типів зірковості) здійснюється спеціальною комісією на основі

прийнятого рішення за результатами розгляду документів, яку затверджує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. До складу комісії входять: представники міністерства, інших зацікавлених центральних органів виконавчої влади, органів з питань сертифікації та за згодою представників громадських організацій. Категорії зірковості готельно-ресторанних комплексів України надаються на підставі Державного стандарту України (Держстандарт 4269:2003) «Послуги туристичні. Класифікація готелів», що проводиться за відповідними етапами (табл. 1).

Категорія зірковості визначається на основі набраних балів. Критерії бальної оцінки суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу наведено в табл. 2.

Слід зазначити, що чинним законодавством допускається зменшення на 10 % необхідної кількості балів. Якщо за результатами проведеного оцінювання суб'єкт господарювання не відповідає категорії, встановленій за попереднім оцінюванням, то приймається таке рішення:

— у випадку, якщо балів не вистачає до певної категорії, — присвоюється нижча категорія;

Таблиця 1

## Етапи проведення оцінювання відповідності типів зірковості підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Етапи	Характеристика
Перший	Проводиться попереднє оцінювання відповідності суб'єкта господарювання встановленим вимогам. За результатами проведеної перевірки складається протокол відповідності одній із категорій
Другий	Здійснюється бальне оцінювання суб'єкта господарювання за відповідними критеріями. За результатами бальної оцінки складається протокол і вказується сумарна кількість балів
Третій	Здійснюється остаточне оцінювання відповідності до певної категорії, на яку претендує суб'єкт господарювання

Таблиця 2

## Критерії бального оцінювання суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу

Вид суб'єкта господарювання	Критерії оцінок з урахуванням категорії
Суб'єкти господарювання з кількістю понад 50 номерів	120 балів — для категорії «п'ять зірок»; 100 балів — для категорії «чотири зірки»; 80 балів — для категорії «три зірки»; 50 балів — для категорії «дві зірки»; 20 балів — для категорії «одна зірка»
Суб'єкти господарювання з кількістю менше 50 номерів	70 балів — для категорії «п'ять зірок»; 60 балів — для категорії «чотири зірки»; 45 балів — для категорії «три зірки»; 35 балів — для категорії «дві зірки»; 18 балів — для категорії «одна зірка»

— у випадку, якщо бали є вищими для категорії, на яку претендує суб'єкт господарювання, — присвоюється категорія, що відповідає попередній оцінці.

Готельні комплекси органічно пов'язані з послугами організації харчування. Відповідно до класифікаційної ознаки — за рівнем ресторанного обслуговування — на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу обов'язково повинно розташовуватися приміщення для надання послуг з харчування (щонайменше один об'єкт із зазначених у класифікації). Ресторан (кафе) може мати декілька залів, окремі кабінети, але при цьому кількість столів має бути не менше ніж 75 % від кількості місць у готелі. Основна специфіка полягає в тому, що ресторан та/або кафе, бар, їдальня обов'язково повинні бути структурними підрозділами комплексу.

Незважаючи на використання аналогічних принципів ресторанного бізнесу, управління таким закладом у готельно-ресторанному комплексі певною мірою відрізняється від управління не-

залежним рестораном. Це пов'язано насамперед із необхідністю забезпечення харчуванням споживачів послуг з розміщення, що є обов'язковою складовою основної готельної послуги. Крім того, ресторанний підрозділ може надавати послуги окремо як споживачам готельних послуг (додаткова послуга), так і стороннім особам (проведення бенкетів, кейтерингу тощо).

У сучасних умовах важливе місце на підприємствах відводиться діяльності барів. Залежно від місця розташування їх класифікують:

— ресторани — розташовані в торговельному залі ресторану та призначені для обслуговування клієнтів ресторанного комплексу;

— вестибюльні — розташовані у вестибюлі комплексу, внаслідок чого мають зручне розташування для обслуговування відвідувачів, клієнтів та гостей;

— бари при центрах оздоровлення — характерні для підприємств із рівнем комфорту «чотири зірки» та «п'ять зірок». У них пропонується широкий асортимент прохолоджувальних напоїв,

коктейлів, кондитерських виробів та іншого асортименту залежно від виду структурного підрозділу;

— допоміжні — знаходяться на поверхах готельного комплексу, які призначені для обслуговування клієнтів у номерах;

— бенкетні — знаходяться в бенкетному залі, який використовується для обслуговування бенкетних заходів та конференцій;

— міні-бари — бари з холодильником у номерах готелю з високим рівнем комфорту.

Призначені для цілодобового забезпечення клієнтів напоями та десертами. Згідно з формою обслуговування заклади харчування підприємств готельно-ресторанного бізнесу поділяються на: комплекси повного самообслуговування; з частковим обслуговуванням офіціантами; повним обслуговуванням офіціантами. За рівнем обслуговування та переліком послуг, що надаються ресторанными підрозділами підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні, вони поділяються на три класи: люкс, вищий та перший [10].

Залежно від категорії (типу зірковості) номерний фонд готельного комплексу комплектують спеціалізованими робочими активами: ліжками, постільними речами (матраци, подушки, ковдри), приліжковими килимами, шафами, столами, стільцями, дзеркалами, телевізорами, холодильниками тощо. Також є обов'язковий мінімальний набір постільних речей і постільної білизни (простирадла, підодіяльники, наволочки, рушники) та іншого інвентарю. Для безперебійного забезпечення клієнтів постільними речами та білизною необхідну кількість розраховують виходячи з наявних місць у готелі та частоти зміни білизни.

Відповідно до типу комфорту, а також політики готельно-ресторанного суб'єкта господарювання працівників можуть забезпечувати такими спеціалізованими робочими активами, як формений одяг та спецодяг. Слід зазначити, що формений одяг для готельних комплексів за рівнем комфорту «п'ять зірок», «чотири зірки» і «три зірки» є обов'язковим. Також такий одяг є в офіціантів та працівників кухні. Формений одяг працівників підприємства готельно-ресторанного бізнесу має бути диференційований за наявними службами та відображати характерні особливості комплексу [10].

Для надання послуг з розміщення клієнтів обов'язково на підприємствах повинні передбачатися: зона приймання (рецепція), служба приймання та зона відпочинку, а також номерний фонд. Залежно від категорії (типу зірковості) комплексу та переліку додаткових послуг підприємства можуть мати у своїй організаційній структурі: бізнес-центри, конференц-зал, приміщення для біологічного відновлення організму (SPA-салони, спортзали, фітнес-зали, басейни тощо),

медичні кабінети, перукарні, відділи побутового обслуговування, магазини, кіоски, пральні, хімчистки, автостоянку (з можливим наданням послуг технічного обслуговування автомобіля), відділи прокату тощо.

Крім організаційної структури підприємств готельно-ресторанного бізнесу за рівнем комфорту, важливим аспектом їхньої діяльності є комплексний характер готельної пропозиції або готельний продукт, що пропонується споживачам, який визначається кожним суб'єктом господарювання самостійно з урахуванням відповідних особливостей: попиту та пропозиції, місця розташування, цінової політики, а також переліку послуг. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу полягає у нематеріальному характері її діяльності, оскільки результатом діяльності є не готовий продукт, а пропозиція специфічного виду послуг.

Відповідно до Закону України «Про туризм» готельна послуга — господарська операція суб'єкта підприємництва з розміщення клієнтів у номері (або надання окремого місця), що передбачає тимчасове проживання в комплексі, а також інші види діяльності, пов'язані з наданням послуг з розміщення, тимчасового проживання та харчування [11].

Л. І. Нечаюк стверджує, що готельно-ресторанна послуга — це господарська операція підприємства з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й організації харчування [12]. Готельна послуга складається з основних (обсяг послуг готельно-ресторанного комплексу (розміщення й харчування), що включаються в ціну номера (місця) та надаються споживачу відповідно до договору) і додаткових (обсяг послуг готельно-ресторанного комплексу, які не належать до основних послуг, замовляються та оплачуються споживачем додатково) послуг, які надаються клієнтові відповідно до категорії суб'єкта господарювання.

Процес надання основної послуги можна умовно поділити на кілька основних етапів: інформація про надання комплексу послуг; резервування (бронювання) місць; реалізація послуг; зустріч і проводи гостей; обслуговування під час перебування в готелі [13, с. 150]. Вихідна інформація про характер основних послуг відображається в назві та в інформації про місцезнаходження та категорії підприємства. Постійне збільшення основних і додаткових послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, залежно від рівня обслуговування, розміру та структури, зумовлює створення різної організаційної структури. Тому правильна класифікація готельних послуг є запорукою ефективної системи управління та побудови належної системи бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю діяльності досліджуваних підприємств.



Окрім готельної послуги з розміщення, підприємства готельно-ресторанного бізнесу пропонують послуги з харчування, що виражається у таких формах:

- розміщення та сніданок у номері або у спеціалізованому закладі;
- розміщення та харчування в ресторані (барі, кафе);
- розміщення, харчування та цілодобове обслуговування з бару.

Важливим аспектом належної побудови системи обліку і внутрішнього контролю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу є виокремлення організаційної структури з урахуванням обсягів діяльності та видів послуг, що пропонуються підприємством з урахуванням типу зірковості. У процесі дослідження нами встановлено: у структурі підприємств готельно-ресторанного бізнесу слід виділяти основні й допоміжні служби, які забезпечують надання основної послуги (послуги з розміщення і харчування), та додаткові підрозділи, що забезпечують надання додаткових послуг. Перелік і склад служб, відділів та підрозділів залежить від його величини й видів послуг.

У структурі великих підприємств окремо виділяються основні й додаткові підрозділи для надання основних послуг та допоміжні підрозділи, які призначені для надання додаткових послуг [14, с. 74]. До основних підрозділів належать служба прийому та розміщення, служба бронювання, сервісна служба, консьєрж-служба, служба порт'є, відділ управління й обслуговування номерів, ресторанний комплекс (бар, кафе). До допоміжних підрозділів, які є учасниками надання основної послуги, відносять пральню, відділи ремонту одягу та взуття тощо. Додатковими підрозділами залежно від категорії готелю є: конференц-зал, бізнес-центр, спортивно-оздоровчий центр, квиткове бюро, хімчистка, туристичне агентство, медичний центр, перукарня, відділ прокату, автомайстерня.

Структура малих закладів готельно-ресторанного бізнесу складається з основних, допоміжних та додаткових підрозділів. Проте склад цих підрозділів налічує значно меншу кількість служб та штатного персоналу. Зокрема, на більшості підприємств служба прийому та розміщення виконує обов'язки служби бронювання, а консьєрж-служба та служба порт'є відсутні. Відділ управління та обслуговування номерів налічує лише одну або декілька покоївок. Послуги пральні та хімчистки здійснюють сторонні організації. Значно менша кількість додаткових підрозділів. Відповідно значно менший склад фінансової служби в складі якої є лише бухгалтерія. Наявність на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу значної кількості структурних підрозділів та переліку по-

слуг передбачає складну організаційну структуру, що вимагає побудови системи обліку та внутрішнього контролю за центрами витрат і центрами відповідальності.

Отже, центри витрат і центри відповідальності слід виділяти з урахуванням наявної структури підприємства, видів послуг, що надаються на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу [15, с. 35]. Кожному виділеному центру (центру витрат, центру доходів) делегуються певні повноваження, які передбачені посадовими обов'язками, а керівники центрів є відповідальними за прийнятими управлінськими рішеннями, які стають зацікавленими за результативність діяльності свого структурного підрозділу. Центри відповідальності можна поділити за такими рівнями: первинний центр відповідальності, центри відповідальності I і II рівнів.

У процесі надання послуг з розміщення центрами витрат передбачені структурні підрозділи: рецепція, готельні номери, служба покоївок, білизняна, пральня та інші допоміжні відділи для надання готельних послуг. Первинними центрами відповідальності є працівники рецепції, швейцар, порт'є, консьєрж, метрдотель, покоївки та кастелян.

За операціями з надання послуг з харчування центри витрат формуються за наявними структурними підрозділами, які задіяні в наданні послуг: кухня, торговельний зал (бенкетний зал), бар і відкритий літній майданчик. Розподіл робіт за виділеними центрами відповідальності дає змогу персоніфікувати відповідальність працівників підприємства за результати діяльності, а система управління має в наявності належну інформацію, необхідну для ефективного управління відповідного центру витрат.

**Висновки.** Таким чином, узагальнення особливостей діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу дозволило виділити низку характерних ознак, які є важливими під час побудови системи обліку та внутрішнього контролю. Особливостями діяльності є види послуг, що пропонуються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу залежно від типу зірковості та наявності структурних підрозділів. Така особливість зумовлює перетворення організації та управління підприємством на складний процес з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення і планування, що безпосередньо впливає на побудову системи обліку та внутрішнього контролю.

#### Література

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. С. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. К. : Знання України, 2002. 243 с.

2. Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С. Організація готельного господарства : навч. посібник. К. : Кондор, 2012. 338 с.

3. Ремеслова О. Л. Готельне господарство як об'єкт дослідження в умовах ринкової економіки. URL : <http://www.stattionline.org.ua/index.php/ekonom/60/8224-gotelne-gospodarstvoyaakob-yeckt-doslidzhennya-v-umovax-rinkovo%D1%97-ekonomiki.html>.

4. Національний класифікатор України: класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 : наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. № 457. URL : [http://www.ubc.ua/Links/codes\\_ua2.html](http://www.ubc.ua/Links/codes_ua2.html).

5. Романюк І. А. Стратегічне управління розвитком галузі туризму на засадах формування корпоративної культури туристичних підприємств. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 2 (34). С. 24–27.

6. Мармуть Л. О. Удосконалення структури ринку праці сільських територій шляхом розвитку підприємств сільського зеленого туризму. *Економічний вісник університету*. Вип. 38. 2018. С. 70–77.

7. Нікітіна О. М. Особливості впровадження маркетингових комунікацій в туристичні послуги. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 212–218.

8. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): постанова Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 № 803 зі змінами і доповненнями. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF>.

9. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»: наказ Держспоживстандарту від 23 грудня 2003 р. № 225. URL: [www.ligazakon.ua](http://www.ligazakon.ua).

10. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. URL : <http://normativ.com.ua>.

11. Про Туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

12. Нечаюк Л., Нечаюк Н. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 344 с.

13. Остапенко Я. О. Класифікація готельних послуг для цілей бухгалтерського обліку та внутрішньогосподарського контролю доходів і витрат підприємств готельного господарства. *Збірник наукових праць Національного університету Державної податкової служби України*. 2014. № 1. С. 144–153.

14. Яровий В. Ф. Соціально-економічна ефективність функціонування підприємств сіль-

ського зеленого туризму та галузі туризму загалом. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 4 (40). С. 72–75.

15. Ігнатенко М. М., Мармуть Л. О., Сарапіна О. А. Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності. *Економіка і менеджмент культури*. № 2. 2016. С. 32–38.

## References

1. Ahafonova, L. H. & Ahafonova, O. S. (2002). *Turyzm, hotelnyy ta restorannyy biznes: tsinoutvorennya, konkurentsya, derzhavne rehulyuvannya* [Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, government regulation]. Kyiv, Znannya Ukrainy (in Ukr.).

2. Holovko, O. M., Kampov, N. S. & Makhlynets, S. S. (2012). *Orhanizatsiya hotelnoho hospodarstva* [Organization of the hotel industry]. Kyiv, Kondor Publ. (in Ukr.).

3. Remeslova, O. L. *Hotelne hospodarstvo yak ob'yeckt doslidzhennya v umovakh rynkovoy ekonomiky* [Hospitality as an object of study in a market economy]. Available at : <http://www.stattionline.org.ua/index.php/ekonom/60/8224-gotelne-gospodarstvoyaakob-yeckt-doslidzhennya-v-umovax-rinkovo%D1%97-ekonomiki.html>

4. *Natsionalnyy klasyfikator Ukrainy: klasyfikatsiya vydiv ekonomichnoyi diyalnosti DK 009:2010: nakaz Derzhspozhyvstandartu Ukrainy*. Available at : [http://www.ubc.ua/Links/codes\\_ua2.html](http://www.ubc.ua/Links/codes_ua2.html).

5. Romaniuk, I. A. (2016). *Stratehichne upravlinnya rozvytkom haluzi turyzmu na zasadakh formuvannya korporativnoyi kultury turystychnykh pidpryyemstv* [Strategic management of tourism development on the basis of formation of corporate culture of tourist enterprises]. *Visnyk Berdyanskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 24–27 (in Ukr.).

6. Marmul, L. O. (2018). *Udoskonalennia struktury rynku pratsi silskykh terytorii shliakhom rozvytku pidpryyemstv silskoho zelenoho turyzmu* [Improving the structure of the labor market in rural areas through the development of rural green tourism enterprises]. *Ekonomicznyy visnyk universytetu*, 38, 70–77 (in Ukr.).

7. Nikitina, O. M. (2016). *Osoblyvosti vprovadzheniya marketynhovykh komunikatsiy v turystychni posluhy* [Features of introduction of marketing communications in tourist services]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: ekonomichni nauky*, 174, 212–218 (in Ukr.).

8. *Pro zatverdzhennya Poryadku vstanovlennya katehoriy hotelyam ta inshym obyektam, shcho pryznachayutsya dlya nadannya posluh z tymchasovoho rozmishchennya (prozhyvannya): postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy*. Available at : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF>.

9. DSTU 4268:2003 «Posluhy turystychni. Zasoby rozmishchennya. Zahalni vymohy»: nakaz Derzhspozhyvstandartu. Available at : [www.ligazakon.ua](http://www.ligazakon.ua)

10. Zaklady restorannoho hospodarstva. Klasyfikatsiya: DSTU 4281:2004. Available at : <http://normativ.com.ua>

11. Pro Turyzm: Zakon Ukrainy vid 15.09.1995 № 324/95-VR. Available at : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

12. Nechayuk, L. & Nechayuk, N. (2009). *Hotelno-restorannyi biznes: menedzhment* [Hotel and restaurant business: management]. Kyiv, Tsentr uchbovoyi literatury (in Ukr.).

13. Ostapenko, YA. O. (2014). *Klasyfikatsiya hotelnykh posluh dlya tsiley bukhgalterskoho obliku ta vnutrishnohospodarskoho kontrolyu dokhodiv i vytrat pidpryyemstv hotelnoho hospodarstva* [Classification of hotel services for the purposes of accounting and

internal control of income and expenses of hotel enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu Derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby Ukrainy*, 1, 144–153 (in Ukr.).

14. Yarovyy, V. F. (2017). *Sotsialno-ekonomichna efektyvnist funktsionuvannya pidpryyemstv silskoho zelenoho turyzmu ta haluzi turyzmu zahalom* [Socio-economic efficiency of rural green tourism enterprises and the tourism industry in general]. *Visnyk Berdyanskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (40), 72–75 (in Ukr.).

15. Ihnatenko, M. M., Marmul, L. O. & Sarapina, O. A. (2016). *Sotsialno-ekonomichnyy potentsial silskykh terytoriy yak osnova rozvytku pidpryyemstv silskoho zelenoho turyzmu na zasadakh innovatsiynosti* [Socio-economic potential of rural areas as a basis for the development of rural green tourism enterprises on the basis of innovation]. *Ekonomika i menedzhment kultury*, 2, 32–38 (in Ukr.).