

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор _____ **С.В. Іванов**
(Підпис, прізвище, ініціали)
« ____ » _____ 2012 р.

Ю.І. СОЛОГУБ

**ІНФРАСТРУКТУРА ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»
денної форми навчання

Реєстраційний номер
електронного конспекту
лекцій у НМВ

СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри
туристичного та
готельного бізнесу
Протокол № 5
від «22» жовтня 2012 р.

Київ НУХТ 2012

Ю.І. Сологуб Інфраструктура готельного та ресторанного господарства:
Конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-
ресторанна справа» денної форми навч. – К.: НУХТ, 2012. - 61 с.

Рецензент: Безпала О.В. к. геогр. н.

Ю.І. СОЛОГУБ, кандидат геогр. наук

© Ю.І. Сологуб, 2012

© НУХТ, 2012

АНОТАЦІЯ

Конспект лекцій призначений для вивчення особливостей інфраструктури готельного та ресторанного господарства. В конспекті лекцій наведені класифікації існуючих засобів розміщення та закладів харчування. Розкрито функції основних служб та відділів в готельних підприємствах. Проведено детальний аналіз організаційно-управлінських структур засобів розміщення, розкрито їх переваги та недоліки. Висвітлено історичні етапи розвитку готельно-ресторанного господарства в Україні та світі.

ЗМІСТ

Тема 1. Історичний розвиток готельно-ресторанного господарства світу.....	4
Тема 2. Засоби розміщення.....	12
Тема 3. Структура готельного підприємства.....	27
Тема 4. Номерний фонд готельних підприємств.....	37
Тема 5. Підприємства харчування в готельних комплексах.....	40
Тема 6. Готельний комплекс як особливий продукт.....	45
Тема 7. Культура обслуговування гостей в готельному комплексі.....	48
Тема 8. Готельно-ресторанна справа в Україні.....	53
Література	58

Тема 1. Історичний розвиток готельно-ресторанного господарства світу

1.1. Етапи історичного розвитку готельного та ресторанного господарства

1.1 Етапи історичного розвитку готельного та ресторанного господарства

Розглядаючи еволюцію підприємств індустрії гостинності, можна виділити періоди, що в історичному аспекті відповідають періодам розвитку людського суспільства:

IV тисячоріччя до н.е. — 476 р. н.е. (Стародавній світ)

До цього періоду суспільного розвитку більшість істориків відносять появу перших гостьових підприємств — прообразів сучасних готелів і ресторанів. Згадування про подібні підприємства — *таверни* — міститься в древніх манускриптах, одним із яких є кодекс царя Вавилонії Хаммурапі, написаний приблизно в 1700 році до н.е.

У Древній Греції в I тисячолітті до н.е. таверни були елементом соціального і релігійного життя. Хоча в тавернах були приміщення для розміщення мандрівників, і більшою мірою вони призначалися для надання послуг харчування.

Найбільш розгалужена мережа *постоялих дворів* була створена на території Римської імперії. Давньоримські постоялі двори розташовувалися уздовж головних доріг у містах і селах .

Розселення подорожуючих тут проводилося за класовою ознакою. Ніколи купці, торговці й інші постояльці з простого народу не могли бути поселені поруч з державними службовцями. Постоялі двори, у яких зупинялися представники аристократії і державні чиновники, будувалися за всіма правилами архітектурного мистецтва і пропонували широкий спектр послуг.

Таверни і постоялі двори, призначені для обслуговування громадян нижчих станів, пропонували мінімальні умови для відпочинку. Про якийсь додатковий комфорт не було і мови.

Величезну роль у появі підприємств гостинності зіграв розвиток торгівельних зв'язків. Для організації нічлігу учасників караванів, уздовж торгових шляхів створювалися спеціальні пункти розміщення – *караван-сараї*, що включали приміщення для людей і загони для верблюдів і коней.

Після падіння Римської імперії почався новий етап у розвитку підприємств гостинності.

VI - XV ст. н.е. (Середньовіччя)

На розвиток підприємств гостинності в Середні віки величезний вплив мали релігійні традиції. Церква ставила за обов'язок монастирям різноманітно сприяти прочанам, організовувати для них нічліг, надавати харчування. У цей час з'являються й інші заклади, що здійснюють подібні функції. Наприклад, франкійський король, а згодом імператор Карл Великий (742-814) був покровителем церкви, у VIII столітті заснував спеціальні будинки для відпочинку прочан.

Перші *постоялі двори* були приватними будинками, оскільки кожен міг взяти мандрівника на постій за плату. У результаті конкуренції діяльність постоялих дворів переросла в професійну, а самі двори набули рис характерних для того часу комерційних підприємств.

У XII-XIII століттях постоялі двори з'явилися у Київській Русі. Вони надавали притулок для всіх категорій подорожуючих і не відрізнялися особливим комфортом.

Постоялі двори уздовж доріг проіснували досить довго, аж до середини XIX століття, а подекуди і довше.

Прогресивним напрямком діяльності підприємств гостинності в середньовічний період стало створення перших *професійних асоціацій*.

Зокрема, у 1282 році трактирники міста Флоренції в Італії заснували свою гільдію.

До кінця XIII — початку XIV століття відноситься зародження в Західній Європі кулінарного мистецтва.

Піонерами в кулінарному ремеслі, першими людьми в Європі, що одержували задоволення від смачної їжі і питва, були італійці.

Приблизно в другій половині XIV століття центр кулінарного мистецтва в Європі перемістився з Італії у Францію, у Париж. Мистецтво готувати смачну їжу у Франції одержало могутню державну підтримку.

XVI ст. — початок XX ст. (Новий час)

До XVI століття відноситься відкриття принципово нових закладів, що називалися *кав'ярнями*, які перетворилися згодом у кафе. Їх появі сприяло поширення таких екзотичних напоїв, як кава і чай.

У середині XVII століття кава з'явився в Європі. І з цього часу в ряді європейських країн починається широке поширення кав'ярень. У великих містах їх кількість досягає декількох десятків.

Наприкінці XVIII — початку XIX століття у великих російських містах з'явилися французькі *ресторани і кафе-кондитерські*.

Російський тип закладів, що не мав аналогів за кордоном, був представлений у формі «чайної». Спочатку їх відкривали на робочих окраїнах, потім біля ринків і стоянок візників.

У 1553 році в Парижі був відкритий перший ресторан “Тур д'Аржан”, що протягом двох наступних сторіч залишався зовсім унікальним закладом, тому що його єдина функція полягала в наданні послуги харчування.

Справжню революцію в організації ресторанів при готелях зробив знаменитий Жорж Огюст Ескоф'є (1847-1935). З його ім'ям пов'язане відкриття ресторанів у таких відомих готелях, як «Савой» і «Карлтон» у Лондоні, «Гранд-готель» у Римі, «Рітц» у Парижі. «Рітц Карлтон» у Нью-Йорку, «Гранд-готель» у Петербурзі.

Він чітко визначив структуру кухонної бригади, функції, ієрархію і службові відносини усередині її. Весь кухонний персонал, від шеф-кухаря до

учня, повинний був виконувати роботу, відповідно до повного переліку чітко сформульованих посадових обов'язків.

Особлива роль у розвитку підприємств гостинності належить США. На думку істориків, перший постійний двір тут з'явився значно пізніше, ніж у Європі, лише в 1607 році. Вони процвітали не тільки в містах, але й уздовж великих доріг, і особливо на перехрестях.

Першим американським готелем, розміщеним в спеціально побудованому для нього будинку, був відкритий у 1794 році в Нью-Йорку 73-кімнатний Сіті-готель». До цього часу для готелів пристосовували, як правило, житлові будинки.

Протягом усього XIX століття в США відбувався готельний бум. Жорстка конкуренція між готелями, що змушувала будувати усе більш дорогі і великі готелі, призвела до відходу від традицій споконвічної американської гостинності.

Наприкінці XIX століття тут відбулося розшарування готельного продукту, у результаті чого стали поширені два типи готелів. Одні були розкішні і великі, інші — маленькі і застарілі, що пропонували послуги за низькими цінами.

На межі XIX-XX століть індустрія гостинності перетворюється у важливу галузь. Будівництвом готелів, підготовкою кадрів, питаннями ціноутворення починають займатися готельні об'єднання, синдикати, акціонерні товариства, корпорації (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Етапи розвитку закладів розміщення у світі

Період	Країна (регіон)	Подія
II - I тисячоліття до н. е.	Асирія	Виникнення караван-сараїв - перших будівель для тимчасового перебування і відпочинку мандрівників.

Той самий	Інші країни Сходу, Стародавня Греція, Крит	Поширення караван-сараїв по країнах стародавнього світу.
I тисячоліття до н. е.	Стародавня Греція	Поширення трьох типів закладів розміщення: — приватні заїжджі двори; — пандокеї - державні заїжджі двори; — таверни з приміщеннями для розміщення мандрівників.
VI ст. до н.е. — I ст. н.е.	Стародавній Рим	Історичний початок - зародження масового готельного промислу, розвиток розгалуженої мережі заїжджих дворів і таверн на значній території Римської імперії в містах і уздовж доріг. Мандрівники - державні чиновники зі свитами, купці, паломники. Під час правління Октавіана (I ст. до н. е.) після прийняття закону про регулярне поштове сполучення в Римській імперії було побудовано дуже багато заїжджих дворів уздовж усіх римських доріг на відстані одного кінного прогону (70 - 100 км)
I—V ст. (період занепаду Римської	Країни, що утворилися після	Велике розорення заїжджих дворів і таверн.

імперії)	занепаду Римської імперії	
V—XIII ст. (середньовіччя)	Європа	Виникнення закладів розміщення при монастирях
Той самий	Англія	Поширені: будинки для мандрівників при монастирях; інни (типові дорожні готелі)
Епоха Відродження XIV— XVI ст..	Європа	Бурхливий ріст старих і нових ремесел, розвиток торгівлі, поява диліжансів, подальший розвиток заїжджих дворів
XVIII - XIX ст.	Європа	Розвиток готельного господарства у зв'язку з ростом економічних і політичних зв'язків між державами Європи
XVII - XVIII ст.	Америка	Утворення постійних дворів в Америці у зв'язку з появою європейських переселенців. Перший готель на 70 кімнат «Сіті Готель» (Нью-Йорк, 1794 р.)
Кінець XVIII – початок XIX ст.	Америка	Початок будівництва малих і великих готелів виключно для обслуговування мандрівників. 170 – кімнатний готель «Третмонт» (Бостон, 1829 р.). Перший готель з ліфтом (Нью-Йорк, 1859 р.)
XIX ст. — епоха промислової революції, індустріалізації суспільства	Європа, Америка	Розвиток масового туризму після промислової революції з появою масових засобів пересування (потягів, теплоходів і ін.). Будівництво готелів на узбережжях, в місцях для відпочинку. Виникнення готельних компаній та корпорацій. Будівництво готелів для бізнесменів

Початок ХХ ст. — 1906 р.	Америка	Нова концепція у будівництві готелів, що ґрунтується на надаванні клієнтам максимальних послуг
Той самий	Лондон	Утворення синдикату готелів
Той самий	Париж	Утворення союзу господарів готелів
Той самий	Європа, Азія, Америка	Утворений Міжнародний союз власників готелів, що об'єднав 1700 готелів світу.
Той самий	Європа	Поява готелів, у яких влаштовуються різноманітні збори, прийоми, зустрічі і т.д.
Роки Першої світової війни	Європа	Призупинення готельного будівництва
20-і рр. ХХ ст.	Америка	Потужне готельне будівництво. Готельний бізнес Конрода Хілтона, будівництво найбільшого готелю в світі «Конрод Хілтон»
30-і рр. ХХ ст.	Європа, Америка	Призупинення готельного будівництва в період «Великої депресії»
40-і рр. ХХ ст. (Друга світова війна)	Європа	Призупинення готельного будівництва
40-і рр. ХХ ст. (Друга світова війна)	Америка	Використання готельного потенціалу країни на 100 %, у зв'язку з великою кількістю переїздів ділового населення та біженців
50-60-і рр. ХХ ст. розквіт авто- та літакобудування.	Увесь світ	Відродження готельного господарства Європи. Будівництво мотелів для автомобілістів. Будівництво готелів в аеропортах. Початок перетворення

<p>Розрядка міжнародної напруги.</p> <p>Соціалістичні здобутки працівників в багатьох країнах (оплачувана відпустка).</p> <p>Розквіт масового туризму.</p>		<p>готельної бази в індустрію послуг та розваг. Утворення готельних ланцюгів «Хілтон», «Інтер-Континенталь».</p> <p>Будівництво готелів у відомих курортних центрах.</p>
<p>70-80-і рр. ХХ ст.</p>		<p>Сегментація готельного ринку за рахунок насичення його різноманітними готельними послугами. Розвиток готельних ланцюгів «Рамада», «Маріот», «Шератон», «Редісон». Розвиток готелів класу «апартамент»</p>

Питання до самоконтролю.

1. Основні етапи історичного розвитку засобів розміщення.
2. IV тисячоріччя до н.е. — 476 р. н.е. (Стародавній світ).
3. V - XV ст. н.е. (Середньовіччя).
4. XVI ст. — початок ХХ ст. (Новий час).
5. Особливості розвитку засобів розміщення в країнах Європи.
6. Особливості розвитку засобів розміщення в США.

Література: [10, 17, 26]

Тема 2. Засоби розміщення

2.1 Засоби розміщення.

2.2 Класифікація готельних підприємств.

2.3 Готельні ланцюги.

2.1 Засоби розміщення

Засіб розміщення — будь-який об'єкт, в якому виконавець регулярно або час від часу надає споживачеві послугу з тимчасового розміщення.

Зміст послуги розміщення полягає в тому, що по-перше, в користування надаються спеціальні приміщення (готельні номери), по-друге, надаються послуги, які виконує безпосередньо персонал готелю: портьє з прийому й оформлення гостей, покоївки по прибиранню готельних номерів і т. д.

Засоби розміщення поділяють на **колективні** та **індивідуальні**.

Колективні засоби розміщення поділяють на:

а) готелі та аналогічні засоби розміщення:

- 1) готелі;
- 2) аналогічні готелям засоби розміщення;

б) інші колективні засоби розміщення:

- 1) помешкання, призначені для відпочинку;
- 2) майданчики для кемпінгу;
- 3) стоянки морського та річкового транспорту;
- 4) інші колективні засоби розміщення;

в) спеціалізовані засоби розміщення:

- 1) оздоровчі засоби розміщення;
- 2) табори праці та відпочинку;
- 3) громадські транспортні засоби;
- 4) конгрес-центри.

До **колективних** засобів розміщення відносять засоби розміщення, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де число місць

повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін. Діяльність колективного засобу розміщення може не мати на меті отримання прибутку, наприклад, студентські та шкільні гуртожитки, табори пластунів (скаутів) тощо.

До групи готелів та аналогічних засобів розміщення відносять колективні засоби розміщення, що складаються більше ніж з шести номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів.

Згідно українського законодавства, *готель* – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України.

Всесвітня туристична організація (ВТО) виробила визначення поняття «готель», що має рекомендаційний характер. *Готель* – класичний тип підприємств розміщення, що регулярно чи епізодично надає туристам місця для ночівлі і які відповідають специфічним *ознакам*:

- номерним фондом, що перевищує визначений мінімум;
- набором обов'язкових послуг прибирання номерів і санвузлів, щоденне заправлення ліжка, обслуговування в номерах;
- визначений асортимент додаткових послуг.

До аналогічних готелям засобів розміщення відносять засоби розміщення, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, зокрема щоденне заправлення ліжок, прибирання кімнат та санвузлів (наприклад, пансіонати, будинки відпочинку, туристичні бази тощо).

Інші колективні засоби розміщення складаються із засобів розміщення, що можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум

послуг (крім щоденного заправління ліжок), не обов'язково складаються з номерів, а можуть мати окремі одиниці житлового типу, майданчики для кемпінгу або колективні спальні приміщення.

До помешкань, призначених для відпочинку, відносять колективні засоби розміщення, що мають єдине керівництво і надають обмежені готельні послуги, крім щоденного заправління ліжок та прибирання житлових приміщень (комплекси будинків, організовані як житло або бунгало).

До майданчиків для кемпінгу відносять колективні засоби розміщення на закритих майданчиках, призначені для розташовування наметів, автофургонів, автопричепів та будинків на колесах, що мають єдине керівництво і надають певні туристичні послуги (інформаційні, продаж товарів у магазинах, відпочинок та розваги).

До стоянок морського та річкового транспорту відносять гавані для суден, призначені для орендування власниками суден стоянки на водній поверхні або місця на березі, а також порти для транзитних суден з оплатою швартування на ніч, устатковані санітарно-технічними системами життєзабезпечення.

До інших колективних засобів розміщення відносять засоби розміщення, що підлягають єдиному керівництву, мають соціальне значення і у багатьох випадках їх субсидують (наприклад, гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для людей похилого віку, будинки відпочинку для робітників підприємств, готелі для робітників, студентські та шкільні гуртожитки тощо).

Спеціалізовані засоби розміщення — це засоби розміщення, що можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг (крім щоденного заправління ліжок), не обов'язково мають номери, а можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, і, крім розміщення, виконують ще яку-небудь функцію (лікувальну, оздоровчу, соціальну, транспортну тощо).

Оздоровчі засоби розміщення являють собою лікувальні та оздоровчі заклади, в яких надають послуги розміщення (санаторії, будинки реабілітації,

оздоровчі ферми тощо).

До категорії таборів праці та відпочинку відносять табори, в яких надають послуги розміщення для осіб, які займаються певною діяльністю під час відпочинку (наприклад, сільськогосподарські, археологічні та екологічні табори праці, табори відпочинку, табори пластунів (скаутів), гірські притулки, хижки тощо).

До громадських транспортних засобів відносять засоби розміщення зі спальними приміщеннями, які належать до колективного громадського транспорту і не відокремлені від нього в плані оплати, що стосується в основному поїздів, суден та яхт. Громадські транспортні засоби відрізняються від інших-засобів розміщення тим, що вони не призначені безпосередньо для розміщення туристів (готель, розташований на судні, яке постійно закріплене на одному місці, а не пересувається водними шляхами, класифікують як готель).

Конгрес-центри становлять заклади, в яких надають послуги розміщення та послуги для проведення конгресів, конференцій, курсів, професійного навчання, медитацій та релігійних заходів, а також навчання молоді; у цьому разі спальні приміщення надають тільки учасникам спеціалізованих заходів, організованих цим закладом або проведених в його приміщеннях.

Індивідуальні засоби розміщення поділяють на:

а) орендовані засоби розміщення:

- 1) кімнати, орендовані в сімейних будинках;
- 2) житло, орендоване у приватних осіб або через агентства;

б) інші типи індивідуальних засобів розміщення:

- 1) неосновне власне житло;
- 2) житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим;
- 3) інші індивідуальні засоби розміщення туристів.

До індивідуальних засобів розміщення відносять власне житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; у цьому разі всі одиниці розміщення (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або

господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу).

До кімнат, орендованих є сімейних будинках, відносять засоби розміщення, в яких турист зазвичай живе разом з сім'єю, що проживає в цьому будинку, та сплачує орендну плату.

До житла, орендованого у приватних осіб або за посередництвом агентств, відносять індивідуальні засоби розміщення (квартири, вілли, будинки, котеджі тощо), що їх на тимчасових засадах здають в оренду як повністю устатковані одиниці для проживання туристів на підставі угод між домашніми господарствами.

Групу неосновного власного житла складають засоби розміщення (квартири, вілли, будинки, котеджі тощо), які використовують під час туристичної подорожі відвідувачі, що є члени родини власника.

До житла, що його надають безоплатно родичам та знайомим, відносять засоби розміщення, в яких туристам їхні родичі чи знайомі безоплатно дозволяють повністю або частково використовувати свій будинок для розміщення.

Інші індивідуальні засоби розміщення — це засоби розміщення, які не зовсім відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщення та складаються з наметів на неорганізованих майданчиках і суден на неофіційних стоянках.

2.2 Типологія готельних підприємств

Готелі поділяються на наступні типи:

Таблиця 2.1.

Типи готельних підприємств

Тип готелю	Характеристика
Готель люкс	За місткістю відноситься до малих чи середніх підприємств. Звичайно розташовується в центрі міста. Добре навчений персонал забезпечує високий рівень сервісу

	<p>найвимогливішим клієнтам, якими є учасники конференцій, ділових зустрічей, бізнесмени, високооплачувані професіонали. Характерна висока ціна номера, що включає всі можливі види обслуговування.</p>
<p>Готель-апартамент</p>	<p>За місткістю це підприємство малих або середніх розмірів (до 400 місць). Характерний для великого міста з непостійним населенням. Представляє квартирний тип номерів, які використовуються як тимчасове житло, частіше на базі самообслуговування. Ціна в такому типі готелів звичайно залежить від термінів розміщення. Обслуговує сімейних туристів і бізнесменів, комерсантів, що зупиняються на тривалий термін.</p>
<p>Сюїт</p>	<p>З'явився порівняно недавно. Деякою мірою його можна розглядати як різновид апарт-готелів. Відмінність між ними полягає в тому, що апартаменти звичайно мають у номері кухонне устаткування, що дозволяє клієнтам приготувати собі їжу. У сюїтах-готелях цього немає. Лише деякі номери мають невелику кухню з холодильником і міні-баром для напоїв. Окремі підприємства як альтернативу пропонують послуги харчування (сніданки, обіди, вечері), включаючи або не включаючи їх у вартість проживання. У своїй більшості сюїт-готелі надають номери, що складаються з вітальні («загальної кімнати») та окремої спальні. Кількість і площа приміщень загального призначення тут скорочені до мінімуму. Також обмежений набір додаткових послуг. Клієнтами сюїт-готелів є люди, що часто змінюють місце проживання, сімейні туристи, бізнесмени, професіонали і всі ті, хто одержує задоволення від домашньої атмосфери і здатний по достоїнству оцінити затишок і самотність нестандартного житла, спроектованого з урахуванням сімейних інтересів.</p>

Готель-курорт	Підприємство зі значними відмінностями за місткістю, що пропонує повний набір послуг гостинності. Крім того, включає комплекс спеціального медичного обслуговування і дієтичного харчування. Розташовується в курортній місцевості.
Мотель	Прості одноповерхові чи двоповерхові споруди, розташовані поза міською забудовою біля автомагістралей. Це малі та середні підприємства (до 400 місць). Характерний середній рівень обслуговування при невеликій кількості персоналу. Клієнтами є різні категорії туристів, але з акцентом на пізнавальний автотуризм. Залежно від тривалості зупинки клієнтів мотелі поділяються на транзитні і кінцеві. Перші розміщені уздовж шосейних доріг і головних магістралей, другі, як правило, на берегах річок, озер, біля гребель.
Готель-гарні	Підприємство, що пропонує клієнтам обмежену кількість послуг; розміщення і різні типи сніданків.
Готель типу «кондомініум-таймшер»	В основі концепції лежить таймшерний принцип організації відпочинку, що припускає викуп на визначений, заздалегідь обговорений період (у більшості випадків він обмежений декількома тижнями в році) готельного номера і прилягаючої до нього території. Подібний тип готелів набув особливої популярності в курортних районах. Їхня місткість звичайно складає 50-250 номерів. Однак трапляються готелі, що мають усього 4-5 номерів. Дається повний набір послуг за цінами, вищими від середніх. Можливе комплексне обслуговування за єдиною ціною. Система організації відпочинку за таймшерним принципом спочатку виникла в Європі і була удосконалена в США. Сформований ринок таймшерів існує 15-20 років. На сучасному етапі розвитку даного типу готелів можна обмінюватися номерами. При цьому обмін може відбутися зі збільшенням чи зменшенням

	<p>часу перебування. Наприклад, один тиждень у готелі на Канарських островах рівноцінний двом тижням у Канаді, трьом в Австралії, Новій Зеландії або Південній Африці. Існують компанії, що спеціалізуються на проведенні подібних обмінних операцій.</p>
<p>Казино-готель</p>	<p>Пов'язані з ігорним бізнесом. Це готелі з великого місткістю номерного фонду (від 500 номерів до 3000 і більше). У структурі, номерного фонду переважають багатокімнатні номери з дорогим інтер'єром, міні-басейнами, джакузі, декількома ванними та спальнями. Казино-готель має кілька підприємств харчування (4 і більше), частина з яких працює без перерви 24 години на добу. Тут створені умови для проведення розважальних заходів, виступів співаків, акторів, естрадних груп (є спеціальні зали, бари, холи). Особливістю обслуговування в казино-готелях є те, що їжа й напої даються безкоштовно, тобто їхня вартість входить у вартість розміщення. Казино-готелі — одні з найдорожчих. Вартість номера може становити 1000 - 25 000\$.</p>
<p>Конгрес-готель</p>	<p>Готелі, що обслуговують учасників великих форумів і конференцій. Цей тип підприємств стрімко набирає популярність. За останні 20 років попит на послуги цих готелів подвоївся. Являють собою різновид бізнес-готелів, однак мають свої відмінності, (місткість бізнес-готелів не більша ніж 600 номерів, конгрес-готелів — 2000 номерів і більше). Є виставочні площі і різні приміщення для зустрічей. Пропонується повний набір бізнес-обслуговування: проведення телеконференцій, послуги секретаріату, переклад і т.д. Різноманітні підприємства харчування: ресторани самообслуговування, бари, кафе, кафетерії, фешенебельні</p>

	ресторани.
Готель-резиденція	Готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб.
Палац-готель	Готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури.
Хостел; молодіжний готель	Готель, у якому номери, розташовані зазвичай за коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічні зручності на поверсі або у блоці; може організовувати харчування у закладі ресторанного господарства.
Клуб-готель	Готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають інші послуги переважно членам клубу.
Пансіонат	Аналогічний готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення, розташований у заміській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку.
Туристичний потяг	Транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні – ресторані.
Ботель	Невеликий готель на воді, для чого використовується відповідним чином обладнане судно.
Флотель	Готель, який часто називають «курортом на воді», у якості якого використовується морське судно. Флотелі останнім часом виступають головними конкурентами великих готелів. Їхня перевага полягає в тому, що вони надають можливість переміщуватися по морю (океану), тим самим значно розширюють розмаїтість одержуваних клієнтом вражень. Відпочиваючи в такому готелі, можна прокидатися щоранку в

	новому місці. За місткістю флотель можуть бути малими (20 кают-номерів) і великими (800 кают-номерів). Характерний широкий спектр додаткових послуг. Комфортабельні каюти оснащені всіма видами сучасних зручностей, включаючи телефонний зв'язок, супутникове телебачення. Маються фітнес-центри, басейни, тренажерні зали, ресторани, бари, казино, магазини. Окремі судна надають приміщення для проведення конференцій, конгресів та інших заходів. Цей тип готелів часто використовується для організації бізнес-турів, конгрес-турів, конгрес-круїзів тощо.
Флайтель	Аероготель чи «літаючий готель». Надзвичайно дорогий і нечисленний тип готелів. Обладнаний посадковою площадкою та зв'язком з метеослужбою.

Готельні підприємства класифікують за різними критеріями:

1. Місце розташування;
2. Тривалість роботи;
3. Забезпечення харчуванням;
4. Рівень цін;
5. Рівень комфорту;
6. Місткість номерного фонду;
7. Функціональне призначення.

За місцем розташування:

-розташовані в межах міста (у центрі, на окраїні). Центральними є практично всі готелі ділового призначення, готелі люкс, готелі середнього класу;

-розташовані на морському узбережжі. У даному випадку дуже важливим є відстань до моря;

-розташовані в горах. Це невеликі готелі в мальовничій гірській місцевості на туристичному маршруті в найбільш зручному місці відпочинку. У гірському готелі, як правило, міститься необхідне спорядження для літнього й

зимового відпочинку, наприклад альпіністський та гірськолижний інвентар, підйомники тощо.

У готельному бізнесі розглядають п'ять місць розташування готелю:

- центр міста,
- аеропорт;
- приміська зона;
- курорт,
- шосе.

За тривалістю роботи готелю:

- працюють цілий рік;
- працюють два сезони;
- односезонні.

Надання харчування в готельних комплексах може проводитися за наступними схемами:

Скорочення	Розшифровка	Позначення
AI	All Inclusive	Все включено, в т.ч. алкогольні напої місцевого виробництва
BB	Bed & Breakfast	Тільки сніданок
FB	Full Board	Повний пансіон (Сніданок + Обід + Вечеря)
FB +	Full Board Extended	Розширений повний пансіон (Сніданок + Обід + Вечеря) + напої під час їжі
HB	Half board	Напівпансіон (Сніданок + Вечеря), або іноді обід на вибір
HB+	Half Board Extended	Напівпансіон (Сніданок + Вечеря) + напої під час їжі
AO	Accommodation only	Без харчування
UAI	Ultra all inclusive	Харчування цілий день + додатковий безкоштовний сервіс

За рівнем цін на номери готелі класифікують на:

- бюджетні;
- економічні;

- середні;
- першокласні;
- апартаментні;
- фешенебельні.

Готельні підприємства також можна класифікувати за зручним розташуванням транспортних засобів, за правом власності. Однак на перше місце при класифікації готелів важливим є рівень комфорту.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг.

Рівень комфорту — це комплексний критерій, складовими якого є певні параметри:

- стан номерного фонду: площа номерів (м²), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей і т. д.;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення;
- наявність і стан підприємств харчування: ресторанів, кафе, барів;
- стан будинку, під'їзних копій, облаштованість прилягаючої до гателю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, у тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів і т. д.;
- забезпечення можливості надання ряду додаткових послуг.

Ці параметри оцінюються практично у всіх наявних нині системах класифікації готелів. Крім того, ряд вимог пред'являється до персоналу та його підготовки: освіті, кваліфікації, віку, стану здоров'я, знання мови, зовнішньому вигляду і поведженню.

Установлення рівня комфорту в даний час лежить в основі більше ніж тридцяти систем класифікації, найбільш розповсюдженими серед яких такі:

- європейська, або, як часто її називають, «система зірок», що ґрунтується на Французькій національній системі класифікації, в основі якої лежить

розподіл готелів на категорії від однієї до п'яти зірок. Така система застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні і ряді інших країн;

-система букв (A, B, C, D), що використовується в Греції;

-система «корон», застосовується у Великій Британії.

У кожній окремій державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по різному. Саме ця обставина, а також ряд факторів, зумовлених культурно-історичними і національними традиціями держав, перешкоджають введенню в світі єдиної класифікації готелів.

Згідно з Угодою про проведення узгодженої політики в галузі стандартизації, метрології та сертифікації держав-учасниць СНД, у березні 1996 р. Держстандарт України видав наказ про введення на її території з 1 січня 1997 р. міждержавних стандартів у сфері послуг населенню, в тому числі у галузі туристично-екскурсійного обслуговування. Міжнародним стандартом класифікації готелів визнано російський державний стандарт, де йдеться, що класифікація готелів здійснюється за категоріями і базується на комплексі вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури і якості послуг; що надаються, рівня обслуговування. Категорія позначається спеціальним символом - (зірка). Кількість зірок зростає з підвищенням рівня якості послуг. Готелі класифікуються за п'ятьма категоріями, мотелі - за чотирма.

2.3 Готельні ланцюги.

Готельний ланцюг — група готельних підприємств, що здійснює колективний бізнес і перебуває під безпосереднім контролем керівництва ланцюгом на підставі укладеного між підприємством і компанією контракту на управління.

Міжнародна готельна асоціація (МГА) поділяє готельні ланцюги на три категорії:

- перша — це корпоративні ланцюги — готельні корпорації, що володіють багаточисельними підприємствами;

- друга — ланцюги незалежних підприємств, які об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами і інших дорогих для окремого підприємства послуг;
- третя — ланцюги, що представляють управлінські послуги.

Готелі, що входять до складу ланцюга, платять внески до єдиного фонду, який витрачається на спільну рекламну і маркетингову діяльність, просування продукту на ринку послуг. При цьому повністю зберігається їх фінансово-економічна і управлінська самостійність.

При вступі до ланцюга готель не обов'язково повинен стати його власністю. Згідно з угодою, зв'язаним між крупними готельними ланцюгами і незалежними готелями, званими в такому разі франшиз-готелями, вступаючими в ланцюг, останнім надається право використовувати в комерційних цілях фірмовий знак ланцюга, технічну і комерційну інформацію, інформаційні системи бронювання, технічну допомогу, право на навчання персоналу і ін. Франшиз-готель виплачує обумовлену в договорі компенсацію.

Управління готельними ланцюгами можливо за системою франчайзингу, партнерства, лізингу, управління за контрактом. Підприємства можуть входити в готельний ланцюг як повноправні члени, асоційовані члени, що здійснюють свою діяльність на основі договору франшизи, або можуть укладати договори на управління з однією з корпорацій.

Франчайзинг — це метод підприємництва, завдяки якому підприємець може об'єднатися з великим ланцюгом, що вже діє.

Франчайзонадавач надає захищене в законному порядку право займатися певною підприємницькою діяльністю, а так само допомогу в організації цієї діяльності, навчанні, реалізації і управлінні за винагороду від франчайзоотримувача. Франчайзонадавач повністю створює концепцію підприємства або методів роботи, а франчайзоотримувач купує право використовувати наявні напрацювання.

Близько 80% всіх готельних підприємств в світі управляється договорами

франчайзингу.

Таблиця 2.2.

Найбільші готельні ланцюги світу

Готельний ланцюг	Кількість готелів, одиниць	Кількість номерів, одиниць
Hospitality Franchise System Inc	5599	509421
Best Western International	3715	298803
Choice Hotels International	3476	283034
Holiday Hospitality	2350	395000
Accor	2205	279145
Marriott International	1381	283029
Forte PLC	959	98450
Carlson Hospitality World-wide	437	98000
ITT Sheraton Corporation	417	129937
Hilton Hotels Corporation	223	92119

Питання до самоконтролю.

1. Дайте визначення поняття «засоби розміщення».
2. Що таке колективні засоби розміщення.
3. Що таке індивідуальні засоби розміщення.
4. Дайте визначення поняття «готель».
5. Які типи готельних підприємств існують.
6. Наведіть класифікацію готельних підприємств за різними ознаками.
7. Розкрийте поняття «готельний ланцюг».
8. Які типи готельних ланцюгів існують.

Література: [1, 5, 13, 23]

Тема 3. Структура готельного підприємства

3.1 Основні служби готелю

3.1 Основні служби готелю

Існуючі в готелі інформаційні системи об'єднуються в різні служби. На першому місці стоїть внутрішня організація, яка покликана керувати працівниками і направляти їх діяльність на досягнення цілей підприємства.

Строга підлеглість і внутрішні зв'язки організації допоможуть правильно спроектувати інформаційні системи.

Служби готельного підприємства прийнято поділяти на зовнішні (де працівники мають безпосередній контакт із гостями готелю) та внутрішні (працівники яких не мають прямого контакту із гостями).

У структуру готельного підприємства входять наступні служби:

1. адміністративно-управлінська;
2. служба управління номерним фондом;
3. служба організації харчування;
4. комерційна служба;
5. інженерна служба;
6. допоміжні та додаткові служби.

Адміністративно-управлінська служба відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення.

Вищий рівень управління в готельному підприємстві представлений його *власником* і генеральним директором, які приймають загальні рішення стратегічного характеру. Власником готельного комплексу може бути як приватна особа, так і ціла корпорація.

Безпосереднє оперативне управління здійснюється *директором*, якому підпорядковуються всі служби готельного підприємства.

Генеральний директор здійснює управління всією господарською діяльністю готелю, що пов'язана із загальними напрямками діяльності готельного комплексу, в тому числі проведення фінансової політики підприємства.

Виходячи з того, що готельні комплекси працюють цілодобово існує посада *виконавчого директора*, який практично постійно перебуває на

підприємстві.

Верхня ланка управління готельного підприємства передбачає наявність кількох посад, серед них: **директори з розміщення, маркетингу, ресторану, фінансовий і технічний директори**. Вони представляють середній рівень управління і забезпечують реалізацію політики готельного комплексу, розробленої вищим керівництвом, відповідають за доведення детальніших завдань до підрозділів і відділів, а також за їхнє виконання.

Також до складу адміністративно-управлінської служби входять:

Відділ кадрів виконує такі функції: вирішує питання підбору, підвищення кваліфікації кадрів. У обов'язки цього підрозділу входить ведення особистих справ усіх співробітників готелю.

Відділ охорони праці виконує такі функції: інструктаж із техніки безпеки; контроль за виплатою грошової допомоги з непрацездатності; щомісячний інструктаж і перевірки.

Бухгалтерія відповідає за своєчасне складання бухгалтерської звітності відповідно до нормативних документів; несе відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни; аналізує фінансово-господарські плани та кошториси за встановленими формами; відповідає за своєчасність складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків; несе відповідальність за дотримання ціноутворення і правильності складання тарифів тощо.

Аудиторська служба. Основним її завданням є перевірка правильності ведення бухгалтерської і складання денного звіту за даними комерційної діяльності готельного підприємства. Зазвичай цей звіт складається наприкінці робочого дня, «нічним аудитором». До його обов'язків відносять; перевірку правильності складання рахунків; перевірку правильності оплати за кредитними картками; внесення до рахунків клієнтів оплати за покупки, здійснені впродовж дня; відбиття результатів усіх фінансових операцій; перевірку отриманого доходу від проживання в готелі, відсоток фактичної зайнятості та інші дані, отримані від служби прийому і розміщення; перевірку і

підведення підсумків по заборгованості гостей.

Служба управління номерним фондом

Дана служба є найважливішою, оскільки її персонал працює у постійному контакті з гостями і виконує функції, пов'язані з їхнім безпосереднім обслуговуванням.

Від цієї служби залежить діяльності цієї служби залежить основне враження гостя від готелю.

До складу служби входять:

1. директор або менеджер з експлуатації номерів;
2. служба прийому і розміщення;
3. служба покоївок;
4. сервісна служба (швейцари, гардеробники, працівники гаражного господарства);
5. служба порт'є;
6. служба консьєржа;
7. служба посильних;
8. інспектор із прибирання кімнат;
9. служба безпеки.

Служба прийому і розміщення (СПР). Від цієї служби залежить перше враження гостя від готелю.

До функцій служби прийому і розміщення входить: бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг; стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. Служба розміщення використовує не зарезервовані номери для безпосереднього продажу клієнтам за вищою ціною.

До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримання в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду.

До структурних одиниць цієї служби належать:

Службовець з прийому гостей (черговий адміністратор) є представником готельного комплексу, що спілкується з гостями впродовж

усього терміну їхнього проживання. До основних його функцій належать; виконання різних підготовчих дій щодо прийому гостей; підбір номерів для броні; фіксація тривалості проживання гостей; перевірка документів при реєстрації.

Під час чергування йому підпорядковуються всі працівники вестибюльної групи: швейцари, гардеробники, працівники камери схову, паспортист, касири, портье і весь черговий персонал інших служб готельного комплексу.

Касир служби прийому і розміщення має подвійне підпорядкування: головному бухгалтеру та працівнику служби прийому і розміщення. Основними його обов'язками є: внесення повної суми до рахунка клієнта; отримання оплати повною мірою від клієнта при виїзді; узгодження оплати рахунків кредитними картками та чеками з бухгалтерією; підрахунок усіх рахунків і загальної суми виторгу наприкінці кожної зміни.

Касир несе персональну відповідальність за всі гроші, що перебувають в обігу під час зміни.

Служба резервування. Головне завдання цієї служби — продати як можна дорожче усі порожні номери в готелі, переконуючи клієнта в тому, що готель відповідає його вимогам і навіть перевершує його очікування. Менеджер повинен боротися за кожного клієнта.

Служба бронювання збирає заявки на бронювання і стежить за підвищенням попиту, ґрунтуючись на якому, збільшує вартість розміщення. У службу розміщення передаються номери, які не були заздалегідь заброньовані, з метою їх наступного продажу за вищою ціною. До обов'язку цієї служби входять спостереження за ситуацією, що складається в готелі, збір заявок на резервування вільних номерів і визначення можливості підвищення попиту, яку готель міг би використовувати для збільшення вартості розміщення, з метою отримання підприємством більшого доходу.

До функцій служби бронювання належать:

1. Приймання замовлень та їх обробка.

2. Складання необхідної документації: графіків заїзду на кожен день (тиждень, місяць, квартал, рік).

Приймання замовлень здійснюється телефоном, факсом, телексом, поштою (лист чи телеграма), з допомогою комп'ютерних систем бронювання.

Після відповідної обробки замовлення працівником служби бронювання гостеві відправляється підтвердження чи відмова. Підтвердження замовлення являє собою спеціальне повідомлення про те, що клієнтові буде надане розміщення у готелі. Досить часто застосовують гарантоване підтвердження замовлень, тобто підтвердження бронювання лише після одержання від клієнта відповідних гарантій оплати якщо клієнт затримається.

Служба покоївок є найбільш функціонально значущим підрозділом, якщо йдеться про отримання послуг готельного розміщення, оскільки цей підрозділ відповідає за прибирання номерів, холів, коридорів і інших внутрішніх приміщень, в яких відбувається прийом і обслуговування клієнтів. У обов'язки цієї служби входить прибирання номерів, хол-лов, коридорів.

Особа, що очолює службу покоївок, несе відповідальність та роботу персоналу з підтримки порядку в житлових і службових приміщеннях готелю.

Старша покоївка отримує від керівництва вказівки і доводить їх до своїх підлеглих, розподіляє серед них обов'язки, одночасно виконуючи адміністративні функції, покладені на неї виконавчим директором.

Покоївка безпосередньо підпорядковується старшій покоївці. Основним обов'язком покоївок є прибирання номерів, незалежно від того, зайняті вони чи вільні .

Прибирання може бути:

Поточним - складається із провітрювання приміщення, прибирання і миття посуду, прибирання ліжок, тумбочки, столу, видалення пилу, прибирання санітарного вузла.

Щоденним проміжним - проводиться в разі потреби і при наявності умов для прибирання.

Після від'їзду гостя – окрім стандартних процедур прибирання

проводиться: приймання номера, зміна білизни і рушників, заміна рекламної інформації, що є в номері.

Генеральне прибирання номерного фонду і всієї житлової частини готелю проводиться не рідше, ніж один раз на 10 днів.

Як правило покоївка за день прибирає від 16 до 20 номерів.

До обов'язків *прибиральниць* входить утримання в належному санітарному стані коридорів, сходових майданчиків, санвузлів, ванн і душових загального користування, вестибюлів і холів, а також інших приміщень загального користування, що знаходяться на закріпленій ділянці.

Завідувач білизною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого інвентарю, веде облік майна, що знаходиться в білизняній, видає чисту білизну покоївкам і приймає від них брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан.

Кастеляниша готує брудну білизну до прання, зважає і підраховує білизну при здачі та отриманні з пральні, веде суворий облік білизни за видами та якістю.

Сервісна служба.

Швейцари зустрічають гостей біля входу в готель. Вони, як правило, одягнені в яскраву форму. У обов'язки швейцарів входять вітання гостей, допомога при виході з машини, виклик таксі.

Гаражне господарство (транспортний відділ) обслуговує гостей, привозячи їх в готель, надаючи туристам автомобілі в користування, забезпечуючи своєчасну доставку продуктів харчування і напоїв.

Служба порт'є здійснює контроль за номерним фондом готелю, ведучи картотеку по зайнятості номерів і наявності вільних місць, і виконує функції інформаційного центру. Інформація через службу порт'є рухається у двох напрямках — до гостей (якщо йдеться про інформування щодо видів обслуговування, що надаються готелем, місцевих пам'яток, роботі міського транспорту та ін.) і в різні підрозділи готельного підприємства.

У деяких готелях є посада *нічного порт'є*. Одним з основних завдань нічного порт'є є обхід будівлі з метою перевірки справності сигналізації (охоронної і

пожежної) та безпеки готелю. Під час обходу нічний портьє збирає листи-замовлення сніданків у номер, які заповнюються клієнтами і вивішуються за двері.

Служба консьєржа.

Необхідність у цій посаді вникає внаслідок того, що співробітники СПР бувають занадто зайнятими, щоб надавати обслуговування гостям. Консьєрж повинен мати достатню інформацію як про готель, так і про найближчі визначні пам'ятки. Консьєржі та консьєржки розміщуються за спеціальним столиком у вестибюлі готелю або на поверсі, якщо в даному готелі передбачений такий вид обслуговування.

До основних послуг, що надаються даною службою належать: купівля і доставка (театр, кінотеатр і т.д.); замовлення столика у ресторанах; замовлення і доставка авіа -, залізничних, автобусних квитків, довідки про роботу міжнародного, міжміського і внутрішнього транспорту; резервування місць до перукарні, косметичного салону, на прийом до лікаря; допомога в екстрених випадках (наприклад, виклик лікаря, юриста, нотаріуса); виконання особистих доручень клієнтів.

Служба посильних (коридорних).

Посильні (коридорні) повинні проводити гостя до його номера, допомагати донести багаж і розміститися в номері. Коридорний пояснює гостю, що і як працює в номері (телевізор, кондиціонер і т.д.), як відбувається обслуговування в номерах.

Служба безпеки виконує функції підтримки порядку і безпеки в готелі, оскільки підприємство несе відповідальність за забезпечення розумної безпеки своїх клієнтів. Ця служба займається такими проблемами, як розробка стратегій на реагування при надзвичайних ситуаціях, повсякденна безпека номерів, контроль ключів, контроль входу в готель, контроль території, сейфи, збір і зберігання інформації, система сигналізації.

Готельне підприємство може доручити виконання цих обов'язків як власній службі, так і притягнути сторонню організацію.

Служба організації харчування.

До служби організації харчування входять:

1. кухня;
2. ресторан;
3. бар, кафе;
4. секція прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду;
5. відділ обслуговування масових заходів.

Кухня знаходиться у віданні шеф-кухаря, який підпорядковується директору ресторанного господарства. Шеф-кухар має трьох помічників, один з них відповідає за денну зміну, другий - за вечірню, третій - за банкету. Кухня є основним виробничим центром ресторанного господарства.

Ресторан управляється адміністратором (метрдетелем), до обов'язків якого входить; підтримання високої якості обслуговування відвідувачів; наймання, навчання і раціональне використання персоналу; встановлення і підтримання високих стандартів якості; стеження за обслуговуванням у номерах, міні-барах; надання директору ресторанного господарства розрахунку бюджету на наступний тиждень, місяць, рік.

Першочергова функція сектора ресторанного господарства полягає в пропонуванні гостям продуктів харчування і напоїв. Обслуговування з боку цієї служби носить комплексний характер.

Барне обслуговування зазвичай полягає у забезпеченні клієнтів спиртними напоями. У барах можуть також готуватися напої для їхнього вживання в ресторані.

Персонал *секції прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду* несе відповідальність за: прибирання внутрішніх приміщень ресторанного господарства; миття і чищення порцелянового і скляного посуду, а також столового приладдя, яке використовується торговими точками ресторанного господарства; ведення суворого обліку посуду і приладдя; підтримку в робочому стані обладнання, що використовується при обробці продуктів, обладнання банкетних приміщень, комор; контроль за наявністю комах чи

тварин і виклик спеціальних служб з їх знищення у разі потреби.

Відділ обслуговування масових заходів організовує наради, конференції, звані обіди, вечери та весілля.

Комерційна служба веде аналіз результатів господарської і фінансової діяльності. На чолі комерційної служби стоїть комерційний директор. Представники комерційних служб займаються пошуком контактів з організаторами конгрес-заходів, обговорюють питання використання приміщень готелю під збори, наради.

Інженерно-технічна служба

Інженерна служба відповідає за технічне устаткування і оснащення готелю (системи кондиціонування, теплопостачання та ін.).

До складу інженерної служби входять:

1. головний інженер;
2. служба поточного ремонту;
3. служба благоустрою території;
4. служба зв'язку.

Головний інженер готелю керує роботою технічного персоналу і контролює результати його роботи; несе відповідальність за правильну експлуатацію опалювальної системи, водопостачання, каналізації, засобів зв'язку, інформаційних систем, за безперебійну роботу технічного обладнання; контролює дотримання правил охорони праці та техніки безпеки працівниками; аналізує технічний стан електромонтажного і сантехнічного обладнання, доводить до відома керівництва про необхідність його ремонту або заміни; розробляє поточні та перспективні плани технічного переобладнання.

Служба благоустрою території несе відповідальність за дотримання належного стану території, що прилягає до готельного комплексу і знаходиться у його власності. Ландшафтний архітектор розробляє планування і художнє оформлення газонів, клумб; готує посадковий матеріал; займається посадкою саджанців, дерев, кущів, квіткових рослин; здійснює стрижку газонів, квітників, формувальну обрізку (підстригання) крон дерев і кущів;

проводить профілактичний догляд рослин в інтер'єрі; несе відповідальність за цілісність і належний стан зелених насаджень.

Для постійного нагляду за станом інженерно-технічного обладнання до штату інженерно-технічної служби уводяться спеціальні посади: інженери технічних пристроїв, електрики, слюсарі-механіки, сантехніки та ін.

У перелік **допоміжних служб** входять послуги пральної і білизняної служби, служби прибирання приміщень, складу.

Питання до самоконтролю.

1. Перелічіть основні служби готелю.
2. Дайте характеристику служби управління номерним фондом.
3. Дайте характеристику служби прийому і розміщення.
4. Дайте характеристику служби портъє.
5. Дайте характеристику адміністративно-управлінської служби готельного підприємства.
6. Охарактеризуйте службу організації харчування.
7. Дайте характеристику служби покоївок.

Література: [14, 18, 23, 27]

Тема 4. Номерний фонд готельних підприємств

4.1 Класифікація та функціональне призначення готельних номерів

4.1 Класифікація та функціональне призначення готельних номерів

Готельний номер – це окреме вмебльоване приміщення з однієї чи кількох кімнат оснащене обладнанням та інвентарем для надання послуг з тимчасового розміщення.

Унаслідок того, що готельні номери використовуються переважно у вечірній і нічний час, найважливішою їхньою функцією є забезпечення можливості сну. Значимість інших функцій готельних номерів залежить

насамперед від призначення готелю і потреб гостей.

У готелях є в наявності різні категорії номерів, що відрізняються площею, меблюванням, устаткуванням, оснащенням і т.д. Однак незалежно від категорії кожен готельний номер повинний мати наступне:

- меблі й устаткування;
- ліжко;
- стілець або крісло в розрахунку на одне місце;
- нічний столик або тумбочку в розрахунку на одне ліжко;
- шафа для одягу;
- загальне освітлення;
- кошик для сміття.

Крім цього в кожному номері повинна міститися інформація про готель і план евакуації на випадок пожежі.

Прийнято виділяти наступні типи номерів:

Президентський апартамент — номер з трьох і більше житлових кімнат, міні-кухні або кухонної ніші, одного повного та одного чи більше додаткових санвузлів для гостей, розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Апартамент — номер з двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів для гостей, розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Люкс — номер з двох і більше житлових кімнат та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб. Номер даного типу містить такі житлові кімнати: спальня, вітальня або кабінет.

Напівлюкс — номер з однієї житлової кімнати з плануванням, яке дає змогу використовувати частину приміщення як вітальню або місце для готування та приймання їжі та повного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Дуплекс — двоповерховий номер з двох і більше житлових кімнат із внутрішніми стаціонарними сходами та повним санвузлом; розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Стандарт — номер першої категорії, що складається з однієї житлової кімнати та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Номер другої категорії — номер з однієї житлової кімнати та неповного санвузла (неповний санвузол містить умивальник та унітаз); розрахований на проживання однієї-двох осіб.

Номер третьої категорії — номер з однієї житлової кімнати і неповного санвузла; розрахований на проживання трьох і більше осіб.

Номер четвертої категорії — номер з однієї житлової кімнати з умивальником, розрахований на проживання трьох і більше осіб.

Номер п'ятої категорії — номер однієї житлової кімнати без санітарно-технічних зручностей (санвузол розміщено на коридорі), розрахований на проживання трьох і більше осіб.

Суміжні номери — два і більше номерів, сполучені між собою дверима, які можуть мати спільний передпокій, спільний чи окремі санвузли.

Одномісний номер (SNGL, «single») — номер, призначений для розміщування однієї особи та оснащений одним односпальним ліжком.

Двомісний номер з одним двоспальним ліжком (DBL, «double») — номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком.

Двомісний номер з двома односпальними ліжками (TWN, «twin») — номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками.

Багатомісний номер — номер, призначений для розміщування трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які проживають.

Місткість номерного фонду — це число місць (номерів), що може бути запропоновано клієнтам одночасно.

Загальноприйнятого підходу до визначення місткості малих, середніх і великих готелів у даний час немає. У кожній країні до нього підходять по-

різному, з огляду на конкретні особливості соціально-економічного й історичного розвитку.

В Україні готелем вважається заклад в якому є в наявності 6 і більше номерів.

UNWTO рекомендує розуміти під малим готелем, готель з кількістю номерів до 30, одночасно відзначаючи, що це визначення є пріоритетом кожної окремої країни. Для регіону Європи типові невеликі готелі (наприклад, у Німеччині малим вважається готель місткістю до 40 місць, середнім – 40-80 місць, великим – понад 80 місць.

Багато країн використовують наступний підхід до класифікації готелів по місткості:

- малі – місткістю до 150 місць (не більш 100 номерів);
- середні — 150-400 місць (до 300 номерів);
- великі — понад 400 місць (понад 300 номерів).

Місткість інших функціональних частин готельного комплексу, зокрема ресторану, кафе, бару, визначається:

- місткістю номерного фонду;
- призначенням готелю;
- наявністю подібних підприємств у прилеглій зоні.

Питання до самоконтролю.

1. Дайте визначення поняття «готельний номер».
2. Визначте мінімальну комплектацію готельного номеру.
3. Розкрийте класифікацію готельних номерів.
4. Дайте визначення поняття «місткість номерного фонду».

Література: [4, 13]

Тема 5. Підприємства харчування в готельних комплексах

5.1. Класифікація підприємств харчування

5.1 Класифікація підприємств харчування

Характер торгово-виробничої діяльності є головним критерієм, у залежності від якого усі підприємства харчування підрозділяють на наступні типи:

Ресторан — заклад ресторанного господарства (РГ) з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів.

За часом обслуговування ресторани поділяють на: *швидкого обслуговування і звичайні*; за методами обслуговування: *обслуговування офіціантами і самообслуговування*.

Розрізняють *спеціалізовані ресторани*: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо

Ресторан-бар — різновид ресторану, до складу якого належить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою ресторану або барна стойка розміщена в торговельній залі ресторану.

У структурі готельних комплексів може бути декілька ресторанів. У великих готелях, що входять у відомі готельні ланцюги, звичайно два ресторани – фешенебельний фірмовий і невеликий з низьким рівнем цін.

Ресторани при готелях обслуговують як проживаючих у них гостей, так і інші категорії. Вони також організовують обслуговування урочистих і офіційних прийомів, нарад, конференцій, конгресів, надають гостям інші послуги: продаж сувенірів, квітів, обслуговування в готельних номерах і т.д. У більшості ресторанів передбачається музична програма і проведення концертів.

Кафе — заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Кав'ярня — Різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

Кафе-бар — різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала

якого суміжна з торговельною залогою кафе або барна стойка розміщена в торговельній залі кафе.

Кафе-пекарня — різновид кафе, відмінною ознакою якого є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці

Чайний салон — різновид кафе з широким асортиментом чаю, де можна продавати кондитерські, булочні та борошняні кулінарні вироби

Кафетерій — заклад РГ самообслуговування з асортиментом страв нескладного готування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі.

Закусочна (шинок) — заклад РГ самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

Бар — заклад РГ, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стойку.

Бари можна класифікувати в залежності від їхнього розташування в готельному будинку:

- *вестибюльний бар* служить зручним місцем для зустрічей і бесід;
- *ресторанний бар* традиційно є привабливим елементом інтер'єру ресторану;
- *допоміжний бар* являє собою торговий намет, розташований в глибині готельного будинку, на поверсі. У великих готелях їх може бути декілька. Тут зосереджуються запаси вина, пива й інших напоїв для обслуговування гостей безпосередньо в номерах;
- *банкетний бар* розташований у банкетному залі. Використовується винятково для обслуговування банкетів і конференцій. Як правило, банкетний бар має великий запас дорогих і популярних сортів вина, напоїв, пива;
- *бар при басейні*. Висококласний готель (не тільки курортний) немислимий без басейну і бара при ньому, де гості можуть розслабитися з келихом екзотичного коктейлю;
- *міні-бари* — маленькі бари з холодильником у гостьових кімнатах.

Призначені для постачання гостей напоями в будь-який час доби. Запаси напоїв у барах-міні-панах поповнюються щодня, а вартість випитого додатково включається в загальний рахунок.

Нічний клуб — різновид бару або ресторану, який працює переважно в нічні години, з організуванням різноманітних видовищ і розважально-танцювальних програм із музичним супроводом.

Пивна зала — різновид бару або ресторану з широким асортиментом пива.

Їдальня — заклад РГ для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

Буфет — заклад РГ із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи чи продають на винос.

Фабрика-заготівельня — заклад РГ, призначений для механізованого виробництва власної продукції та централізованого забезпечування нею інших закладів РГ та об'єктів роздрібної торгівлі.

Фабрика-кухня — заклад РГ, призначений централізовано готувати і постачати готову до споживання їжу в різні місця.

Домова кухня — заклад РГ, призначений виготовляти продукцію власного виробництва і продавати її домашнім господарствам.

Ресторан за спеціальними замовленнями — заклад РГ, призначений готувати і постачати готову їжу та організовувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями.

За ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг ресторани і бари поділяють на три класи:

1. люкс;
2. вищий;

3. перший.

Повносервісний заклад ресторанного господарства - різновид закладу РГ з обслуговуванням офіціантами та значною часткою фірмових та замовних страв і (або) напоїв у продукції власного виробництва. Повносервісними можуть бути, як правило, ресторани, бари, кафе.

Класифікація закладів РГ базується на комплексі вимог до:

- асортименту продукції;
- рівня обслуговування і надаваних послуг.

Заклади ресторанного господарства поділяють на наступні групи:

1. Продаж їжі і напоїв, як правило, призначених для споживання на місці з показуванням розважальних вистав або без них.

- Ресторан
 - Ресторан-бар
- Кафе
 - Кав'ярня
 - Кафе-бар
 - Кафе-пекарня
 - Чайний салон

- Кафетерій
- Закусочна

2. Продаж напоїв і страв до них, як правило, призначених для споживання на місці, з показуванням розважальних вистав або без них.

- Бар
 - Нічний клуб
 - Пивна зала

3. Продаж їжі і напоїв для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками.

- Їдальня
- Буфет

4. Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в

інших місцях.

- Фабрика-заготівельна
- Фабрика-кухня
- Домова кухня
- Ресторан за спеціальним замовленням.

Питання до самоконтролю.

1. Розкрийте класифікацію закладів харчування за характером торгово-виробничої діяльності.
2. Розкрийте схему групування закладів ресторанного господарства відповідно вимог, що до них висуваються.
3. Прокласифікуйте заклади харчування відповідно до їх спеціалізації.
4. Прокласифікуйте заклади харчування відповідно до методів обслуговування.
5. Прокласифікуйте заклади харчування відповідно до їх формою обслуговування.
6. Прокласифікуйте заклади харчування відповідно до їх часу функціонування.
7. Прокласифікуйте заклади харчування відповідно до їх рівня обслуговування.

Література: [6, 7, 13]

Тема 6. Готельний комплекс як особливий продукт

6.1. Готельні послуги як специфічний продукт.

Комплексоутворюючими послугами, що надаються готельними підприємствами у рівній мірі є послуги розміщення та харчування.

Зміст послуги розміщення полягає в тому, що, по-перше, у користування даються спеціальні приміщення (готельні номери), по-друге, надаються послуги, котрі виконуються безпосередньо персоналом готелю.

Послуги по наданню харчування складаються з комбінації різних процесів: виробничого (готування блюд на кухні), торгового (продаж готових до вжитку продуктів, алкогольних і безалкогольних напоїв), сервісного (обслуговування гостей офіціантами в ресторані, барі, кафе, готельних номерах).

До додаткових чи інших послуг відносяться пропозиція басейну, конференц-залів, залів для переговорів, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажного кабінету і ряд інших. В даний час додаткові послуги набувають все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Підвищений інтерес викликають послуги, що виділяють даний готель з ряду інших. У більшості випадків такими послугами виступають додаткові.

На готельному підприємстві послуги розміщення, харчування та додаткові послуги доповнюють один одного, у більшості випадків є взаємозалежними і сприймаються гостем як єдине ціле. З врахуванням того, як вони оформлені і скомбіновані в єдиний комплекс, складається визначений тип підприємства. У зв'язку з постійною появою на готельному ринку нових послуг і форм обслуговування приведена типологія носить умовний характер. Однак такий поділ важливий для розуміння особливостей управління кожним типом.

У практиці широко використовується термін «готельний продукт» (або продукт «готель»), що підкреслює комплексний характер готельної пропозиції (рис. 6.1).



Рис. 6.1 Продукт «готель»

При розгляді готельних послуг як продукту виділяють три рівні:

- 1) окремі послуги і групи послуг;
- 2) продукт «готель» як комплекс послуг;
- 3) розширений продукт.

Взаємозв'язок між рівнями подано на рис. 6.2.

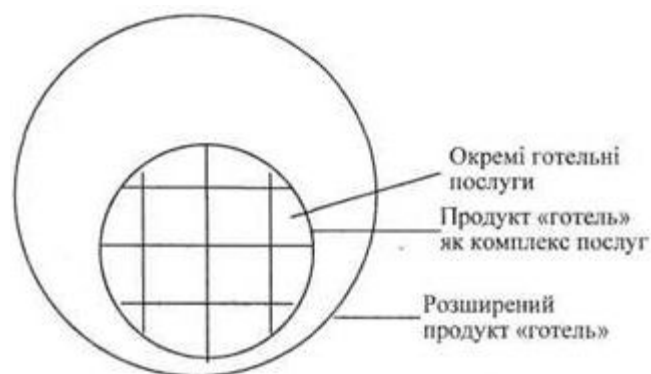


Рис. 6.2 Рівні розгляду готельного продукту

Готель як комплекс, як єдиний продукт — це другий (середній) рівень. Він складається з безлічі окремих послуг: послуг покоївок, кухні, портьє, метрдотелів і т. д., що складають перший (внутрішній) рівень.

Продукт «готель» у поєднанні з компонентами пропозиції, що доповнюють створені в готелі послуги, складають розширений продукт «готель» — третій (зовнішній) рівень.

Готельні послуги характеризуються наступними особливостями:

1. Неодночасність процесів виробництва і споживання.
2. Обмежена можливість збереження.
3. Терміновий характер.
4. Широка участь персоналу у виробничому процесі.
5. Сезонний характер попиту.
6. Взаємозалежність готельних послуг і мети подорожі (поїздки).

Питання до самоконтролю.

1. Розкрийте зміст поняття «готельний продукт».
2. Які рівні розгляду готельного продукту існують.
3. Розкрийте зміст основних груп готельних послуг.

Література: [12, 18, 26, 30]

Тема 7. Культура обслуговування гостей в готельному комплексі

7.1 Обслуговування гостей у готелі

7.2 Культура обслуговування на підприємствах харчування

7.1 Обслуговуванням гостей у готелі

Обслуговування у готелі - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність.

Висока якість обслуговування туристів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.

Послуги проживаючим може надавати персонал готелю (сервісне і номерне обслуговування) і персонал інших підприємств (підприємства торгівлі, перукарня, медпункт тощо), розташованих у готелі.

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування без перешкод. Гордістю будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами і справляти добре враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування.

Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до гостя по імені, будь-який працівник готелю зможе домогтися його прихильності. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно, щоб кожен гість міг звернутися до будь-якого співробітника готелю зі своїми проблемами й турботами і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно виявляти турботу про гостя. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з тими послугами, що надає готель.

Культура поведінки готельного працівника містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, уміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і до колективу. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини.

Тактовна поведінка готельних працівників складається з ряду факторів. Головний з них - це уміння не помічати помилок і недоліків у поведінці гостей,

не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої зацікавленості до їх одягу, звичаїв, традицій. Не можна задавати непотрібних запитань, розповідати про свої справи, виявляти настирливість. Не можна показувати гостеві, подобається він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя, не можна розпитувати про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу проживаючого.

У вестибюлі готелю повинні бути створені необхідні умови для зустрічей і відпочинку туристів. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування і режим роботи служб, у тому числі перукарні, ремонту годинників, проявлення і друкування фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, кіосків з продажу газет, сувенірів, книг, тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказанням найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

Номери готелів повинні бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам'яткою про-типожежної безпеки мовами основних гостей готелю і англійською мовою.

Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетних засобів повинні неодмінно перевірятися адміністрацією. Заселення гостей у непідготовлені номери є неприпустимим.

7.2 Культура обслуговування на підприємствах харчування

Культура обслуговування – це організаційна культура, спрямована на обслуговування клієнтів на основі вироблення визначених правил, процедур, практичних навичок і умінь. Вона диктується політикою підприємства, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування.

Сьогодні поширене розуміння культури обслуговування у вузькому змісті як сукупності правил ввічливості (етики поведження). Однак дане поняття варто розглядати значно ширше.

Культура обслуговування виробляється кожним підприємством. На одному підприємстві вона може бути дуже низькою, на іншому ж — досить високою. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведження персоналу, що чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти, а також тим, що висока культура робить усіх працівників цілеспрямованими і змушує з повагою відноситися до свого підприємства.

Культура обслуговування в закладах харчування — це складне комплексне поняття, складовими якого є :

- безпека і екологічність при обслуговуванні;
- естетика інтер'єра, створення комфортних умов обслуговування;
- наявність достатньої кількості столового посуду, приладів і столової білизни;
- знання психологічних особливостей особистості і процесу обслуговування;
- знання і дотримання персоналом етичних норм обслуговування;
- знання і дотримання правил, що встановлюють порядок і черговість обслуговування гостей;
- знання спеціальних правил пропозиції і відпустки різних блюд і напоїв, а також технічних навичок і прийомів їхньої подачі;
- знання основних правил сервіровки столу.

Важливим показником рівня функціонування закладів харчування при готелях є якість «обслуговування в готельних номерах».

Поняття «обслуговування в номерах» якийсь час вживалося стосовно різного обслуговування гостьових кімнат готелю. Зараз його використовують у вузькому змісті — подача їжі і напоїв у номери. Бажаючи конкретизувати цей

вид обслуговування, окремі готелі використовують і такі поняття, як «сніданок у номері», «обід у номері», «вечеря в номері».

Обслуговування в готельних номерах потребує особливої підготовки персоналу. Воно пов'язане не тільки з виконанням побажань гостей, сервірівкою столу, послідовністю подачі блюд, технікою обслуговування, а й з правилами поведінки персоналу в номері.

Клієнти готелів роблять замовлення по телефону безпосередньо метрдотелю, а також покоївкам, що підтримують з метрдотелем постійний зв'язок. У великих готелях замовлення може приймати офіціант.

При прийнятті замовлення в обов'язковому порядку необхідно врахувати і зафіксувати такі дані:

- 1) номер кімнати, в яку слід подати сніданок, обід чи вечерю;
- 2) кількість гостей, які обслуговуються;
- 3) докладне найменування і кількість замовлених блюд, закусок, напоїв;
- 4) час подачі замовлення.

Прийнявши замовлення, метрдотель передає його безпосереднім виконавцям: офіціанту, працівникам кухні.

Для обслуговування в готельних номерах використовується спеціальний столовий посуд і прилади.

Існують спеціальні правила обслуговування гостей у номерах:

1. Замовлення (сніданок, обід, вечеря) повинні подаватися або на таці, або на пересувному сервісному візку чи столику. У випадку використання таці офіціант має нести її в лівій руці. Права рука повинна залишатися вільною, щоб відкрити чи закрити двері, переставити який-небудь предмет на таці і т. д. Під час руху по коридору чи переходами тацю тримають біля плеча і тільки перед входом у номер її опускають на рівень грудей.

2. У номер необхідно попередньо постукати і ввійти після одержання дозволу.

3. Варто привітатися з гостем (гістьми).

4. Якщо гість збирається снідати в ліжку, тацю йому необхідно подати з боку. Якщо в ліжку снідають дві особи, то для кожної з них подають окрему тацю.

5. При сервіровці замовлення (сніданку, обіду, вечері) для однієї особи усе ставиться на тацю в такому самому порядку, як на столі в ресторані.

6. Якщо гість збирається їсти за столом у номері чи на балконі, то стіл варто застелити скатертиною. Тацю можна поставити на стіл чи переставити усе з таці на стіл.

7. У номері офіціант не повинен затримуватися довше, ніж потрібно. Розмовляти з гостем можна тільки в тому випадку, якщо він про що-небудь запитає сам. У будь-якій ситуації офіціант повинен дотримуватися делікатності.

Питання до самоконтролю.

1. Розкрийте зміст поняття «культура обслуговування».
2. Розкрийте особливості обслуговування на підприємствах харчування.
3. Розкрийте особливості обслуговування в готельних номерах.

Література: [23, 26, 27]

Тема 8. Готельно-ресторанна справа в Україні

8.1 Сучасний стан готельного бізнесу в Україні

8.1. Сучасний стан готельного бізнесу в Україні

Мережа туристських підприємств в Україні активно формувалась наприкінці 70-х - упродовж 80-х рр. Більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристських баз будувались за проектами, які не відповідають міжнародним стандартам. Інтенсивна їх експлуатація в період масового туризму (60 -80-ті рр.), а також несвоєчасне проведення капітальних та поточних ремонтів призвели до значного зносу цих будівель та їх оснащення. Тому пріоритетним напрямом зміцнення матеріальної бази туристських

підприємств має бути проведення реконструкції, модернізації та будівництва об'єктів туристської сфери за рахунок власних коштів підприємств і за допомогою інвестицій, у тому числі іноземних.

У всьому світі про рівень готелю свідчить кількість зірочок. Усі 1-2-3-зіркові готелі в Україні є радянським спадком, із відповідною інфраструктурою. Вони не становлять комерційного інтересу для інвесторів. Керівники столичних готелів зазначають, що в сучасних умовах вони не можуть собі дозволити орієнтуватися на певну споживчу групу. Цей сегмент готелів практикує подвійні та потрійні тарифи: окремі ціни для громадян України, країн СНД, іноземців. Так керівництво намагається збільшити рентабельність, яка, за даними головного управління комунального та готельного господарства і туризму, складає 3-15 % у цій групі.

Попит на готельні послуги зосереджений у чотирьох основних категоріях клієнтів:

перша група - це відомі бізнесмени, політики, люди творчості, суспільне становище яких не дозволяє опускати планку нижче 4-5*. Часто вони обирають стандартний номер у відомому готелі, а не "люкс" у 3* за ті ж гроші;

друга група - керівники середньої ланки, спеціалісти іноземних, а також вітчизняних компаній. Їхні вимоги до "зірковості" готелю менш жорсткі - вони можуть поселитися у готелі як 3*, так і в 5*. Вирішальне значення тут має рівень сервісу;

третья група - вітчизняні відрядні, яких за статистикою за останні 2-3 роки стало більше. Але фінансові можливості таких клієнтів далеко не однорідні, що дозволяє обирати між 2* і 3* готелями, гуртожитками готельного типу, послугами приватного сектора;

четверта група - це іноземці та вітчизняні туристи. Такі клієнти обирають від "люксів" у 3* до номерів у 5* готелях.

Готельне господарство є однією з основних складових туристської індустрії України. За даними 2010 р., в Україні базу розміщення складала 1731

підприємство готельного господарства на 79833 номерів загальною площею 1700,6 тис. м² (табл. 8.1) .

Таблиця 8.1

Готелі та інші місця для тимчасового проживання

	Кількість підприємств готельного типу	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів, тис. м ²
1995	1396	62360	1032,3
1996	1368	60601	999,9
1997	1375	58464	1002,1
1998	1328	55487	1010,7
1999	1326	51450	948,7
2000	1308	51012	949,1
2001	1258	49966	947,9
2002	1254	51107	977,0
2003	1218	50412	997,8
2004	1192	50414	1012,2
2005	1232	51686	1072,4
2006	1269	53645	1120,2
2007	1420	62165	1313,6
2008	1595	71580	1508,4
2009	1684	76019	1624,6
2010	1731	79833	1700,6

Позитивна динаміка інвестицій в основний капітал сприяла збільшенню кількості введених в експлуатацію готелів. У 2007 р. за рахунок будівництва 44 нових готелів та реконструкції існуючих уведено в експлуатацію 3797 місць, що в 1,8 разу більше, ніж у 2006 р. Майже половину (49,6 %) загальної кількості місць у готелях уведено у Львівській, Одеській, Закарпатській та Сумській областях.

Найпоширеніші в Україні готелі - 57,2 % від загальної кількості та інші місця для тимчасового проживання - 24,0 %, які поряд із традиційними підприємствами готельного господарства пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг із прийому, розміщення, харчування та обслуговування. В окремих регіонах, особливо в сезон відпочинку, інші місця для тимчасового проживання здатні розмістити та прийняти більше клієнтів, ніж основні. До

їхнього складу входять сезонні бази відпочинку, літні будиночки, котеджі тощо, які здаються для тимчасового проживання під час відпускнуго періоду.

У Європі показник забезпеченості готельними місцями складає 10-15 місць на 1000 мешканців. У Києві він становить 6, а в Україні ледве дотягує до 2-3. Окрім того, близько 700 зареєстрованих пансіонатів, баз відпочинку, санаторіїв, в останні роки або неефективні, або не працюють взагалі. Проте ситуація дещо змінюється на краще: з'являються чотири- і п'ятизіркові готелі європейського рівня, десятки і сотні нових невеликих приватних малих готелів різноманітного типу. Але діяльність більшості з них перебуває в тіні через недосконалість законодавчої бази.

На сьогодні, згідно з даними зі стандартизації, в Україні функціонують кілька п'ятизіркових готелів: "Premier Palace", "St Sofia Regency Hyatt", "Intercontinental" та "Опера (Інтерн)" у Києві, "Donbass Palace" у м. Донецьку, "Україна" у м. Дніпропетровську та "Ортодос" у м. Одесі. Приїжджих обслуговують 46 чотиризір-кових готелів, близько 350 - тризіркових, двозіркових та однозір-кових, решта - близько 410 готелів - не мають категорії.

Український готельний ринок істотно пожвавився після перемоги України і Польщі в тендері на право проведення чемпіонату Європи з футболу "Євро-2012", проведення якого може позитивно вплинути на динаміку відвідування України іноземними туристами (табл. 8.2).

Таблиця 8.2

Туристичні потоки в Україні

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон - усього*	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну - усього*	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього**	Із загальної кількості туристів:**			Кількість екскурсантів**
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2000	13422320	6430940	2013998	377871	285353	1350774	1643955
2001	14849033	9174166	2175090	416186	271281	1487623	1874233
2002	14729444	10516665	2265317	417729	302632	1544956	1991688
2003	14794932	12513883	2856983	590641	344 332	1922010	2690810

2004	15487571	15629213	1890370	436311	441798	1012261	1502031
2005	16453704	17630760	1825649	326389	566942	932318	1704562
2006	16875256	18935775	2206498	299125	868228	1039145	1768790
2007	17334653	23122157	2863820	372455	336049	2155316	2393064
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1282023	1386880	2405809
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170	1909360
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299	1953497

** Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)*

*** За даними Міністерства інфраструктури України*

За оцінками вітчизняних готельєрів, до 2012 року в українські чотири- і п'ятизіркові готелі інвестують \$300 млн. і в столиці з'являться близько 35 нових готелів на 100-250 номерів кожний. За європейськими нормативами у Києві повинно бути щонайменше 20 тис. готельних місць (загальна кількість номерів сьогодні становить 8,7 тис., що вдвічі менше, ніж у Москві, і в 6 разів менше, ніж у Парижі).

Разом із тим існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. Подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи кількість великих готелів становить 15-25 % від загальної кількості готельних господарств, 75-85% - мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства України, такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті. Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткової кількості робочих місць.

Питання до самоконтролю.

1. Дайте характеристику розвитку готельного господарства в Україні.
2. Визначте шляхи подальшого розвитку готельного господарства України.

Література: [10, 21, 23, 29, 33]

Література

Основна:

1. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 325/95-ВР.
2. Закон України «Про захист прав споживачів» від 1 грудня 2005 року № 3161 – IV.
3. Закон України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 року № 2408-III.
4. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення.
5. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.
6. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства.
7. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення.
8. Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування / Затверджено наказом Державного стандарту України від 27.01.1999 р. № 37.
9. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг / Затверджено наказом Державного стандарту України від 27.01.1999 р. №37.
- 10.Александрова А. Ю. География мировой индустрии туризма: Учеб. пособие. — М.: Изд-во Москов. Ун-та, 1998. — 89 с.
- 11.Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: Навчальний посібник. - К: Альтерпрес, 2004. - 288 с.
- 12.Балабанов Й. Т., Бадабанов А. Й. Экономика туризма: Учеб. пособие, — М.; Финансы и статистика, 2000. — 176 с.
- 13.Басюк Д.І., Заєць В.С. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Д.І. Басюк, В.С. Заєць. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. – 220 с.
- 14.Бондаренко Г, А. Гостиничное и ресторанное хозяйство: Учебно-практ. пособие. Минск:БГЗУ, 1999.
- 15.Борисов К. Г, Международный туризм и право. — М., 1999.
- 16.Восколович Н. А, Маркетинг туристических услуг.— М.: МГУ, ТЕИС, 2001.
- 17.Вояков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. —

- Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. —348 с.
18. Гостиничный и туристский бизнес / Под ред. А.Д. Чудновского. — М.; Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 1998.
 19. Дядечко Л.П. Экономика туристического бизнеса. - К.: Центр учебной литературы, 2007. - 224 с.
 20. Кабушкин Н. К, Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. — Минск: Новое знание, 2002.
 21. Кифяк В. Ф. Организация туристической деятельности в Украине: Навч. посібник. — Чернівці: Книги — XXI, 2003, — 300 с.
 22. Котлер Ф., Боуэн Дж., Межер Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 787 с.
 23. Круль Г. Я. Основы готельної справи. Навч. посіб. К.: Центр учебной литературы, 2011. — 368 с.
 24. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для нач. проф. образования / Под ред. А. Ю. Лапина. М.: Профобриздат, 2001.
 25. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / Под ред. А. Л. Лешко, А. В. Чернышева. — М.: Издат. дом «Альпина», 2001.
 26. Пуцентейло П.Р. Экономика і організація туристично-готельного підприємництва. — К.-ЦУЛ, 2007. —341с.
 27. Роглев Х.Й. Основы готельного менеджменту. Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
 28. Сенин В. С. Организация международного туризма. — М.: Финансы и статистика, 2000.
 29. Туризм в Україні - 2005: Статистичний бюлетень. — К.: Держтурадміністрація, 2006. - 96 с.
 30. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник: Пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 1999.
 31. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні : Навч. посіб. для студ. вузів / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. - К. : Вища школа, 2002. - 195 с.
 32. Федцов В. Г. Культура сервиса: Учебно-практ. пособие.— М.: ПРИОР,

2000.

33. <http://www.ukrstat.gov.ua>

Додаткова:

1. Долматов Г. М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
2. Дурович А. П., Маркетинг в туризме. — М.: Институт дистанционного образования; МЗСИ, 2000.
3. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Организация деятельности,— М.: Финансы и статистика. 2001.
4. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. — М.: ФиС, 1999.
5. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні // Економіка України. — 2003. — №6. — С. 31—36.
6. Мартин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 144 с.
7. Марущак Т. Міжнародні готельні ланцюги як організаційна форма функціонування підприємств готельного господарства//Вісник КНТЕУ. —2002. —№ 1. — С. 93—98.
8. Мельниченко С. Управління персоналом у сфері готельного господарства // Вісник КНТЕУ. — 2002. — № 3. — С. 51—56.
9. Розанова Т. Маркетинг в туризме. — М.: Российская зкономическая академия, 1998.
10. Хлопяк С. Особливості механізму управління підприємством туристичної галузі // Вісник КНТЕУ. — 2002. — № 5. — С, 33- 46

Навчальне видання

Інфраструктура готельного та ресторанного господарства

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»
денної форми навчання

Укладач: *Сологуб Юрій Іванович*

Видання подається у авторській редакції

Видавництво НУХТ