**ТЕМА 2. Готельний бізнес: розвиток, класифікація, інтеграція.**

**Організація та управлінська структура готелю**

***2.1. Еволюція індустрії туризму Стародавній світ: Греція та Рим***

Згадки про перші підприємства індустрії гостинності – *таверни* – можна знайти в манускриптах, які вчені відносять до епохи античної Греціїтаантичного Риму (Кодекс вавилонського царя *Хаммурапі)*–(приблизно1700р.дон.е.)таін.).

Розвиток торгівлі та пов'язані з нею переїзди привели до необхідності організації нічлігу для подорожуючих. За часів Грецької та Римської імперій повсюдно стали з'являтися *постоялі двори* і таверни. На всіх головних дорогах на відстані приблизно 25 миль один від одного, римляни будували *заїжджі двори*, користуватися послугами яких можна було, показавши спеціальний документ, який засвідчував особливий статус їх пред'явника. Деякі багаті землевласники теж будували власні постоялі двори на кордонах своїх володінь, якими управляли раби, що спеціалізувалися на веденні домашнього господарства. Заїжджі двори і таверни, які утримували вільновідпущеники, були розташовані ближче до міст й частіше відвідувалися заможними громадянами. У римлян існувала певна класифікація готелів: для плебеїв – *стабулярії*, для патриціїв – *мансіонеси* [21].

Ідея першого в історії *«ланчу ділової людини»* належить римському шинкарю *Секвію Локату* (40 р. до н.е.).

За часів правління імператора *Адріана* (117-138 р. н.е.) римські шеф-кухарі заснувалинаПалатинськомупагорбівласнуАкадеміюкулінарногомистецтва.

З приходом до влади *Калігули* (37 р. н.е.), лазні працювали цілодобово та передбачали спільне відвідування їх чоловіками і жінками. При лазнях були розкішні обідні кімнати тощо, що змушувало уряд ухвалювати закон про розкіш, що обмежував витрати римлян на їжу та алкоголь.

У Древній Персії подорожували великими караванами на верблюдах. Ночували зазвичай в наметах, які розбивали поруч з караванним шляхом;

13

зупинялися в *караван-сараях* – комплексних закладах, що включають загін для

верблюдів і приміщення для ночівлі людей, оточених фортечною стіною, що захищала від природних стихій і розбійників. Люди в караван-сараях розміщувались на ярусах, які розташовувались уздовж внутрішнього двору. Слід зазначити, що в ті часи зручності, що надавались подорожньому в Азії, значно перевершували європейські.

Китайська система подорожування «на поштових» була набагато ефективнішою римської, хоча нею могли користуватися лише заможні люди.

Після падіння Римської імперії наданням послуг гостинності займалися релігійні заклади, змінилася цільова спрямованість їх діяльності. Переважна більшість мандрівників були місіонерами, священиками і пілігримами, що подорожували до святих місць – заїжджі двори стали будувати ближче до храмів і монастирів. Умови проживання залишалися досить примітивними, при цьому заїжджими дворами управляли раби, які перебували на службі у священиків і настоятелів храмів.

***Еволюція індустрії гостинності ХVІІІ століття: Новий світ***

Початок розвитку системи гостинності у середньовічній Європі пов'язаний із заснуванням так званих «странноприимных домов» (притулків для богомольців), які влаштовувались при монастирях і лицарських орденах, де бідні мандрівники і пілігрими могли безкоштовно отримати хліб і ночівлю. У VІІІ ст. *Карл Великий* для відпочинку пілігримів створював спеціальні будинки.

Створені в Італії *«Союзи господарів готелів»* першими склали правила для себе і своїх гостей. У м. Флоренція в 1282 р. керуючі готелів заснували професійну гільдію – асоціацію. Готелі належали місту, що здавало їх в оренду бажаючим на три роки шляхом аукціону.

У 1443 р. *Ніколя Роленом,* канцлером казначейства Бургундії, був заснований найбільш відомий на той час заклад – *Оспіс-де-Бон*, відомий також під назвою «Отель Д'є» (від фр. *«Hotel Dieu»* – «Будинок Бога»), як благочинна лікарня і притулок для бідняків.

14

У 1539 р. *Генріх VIII* намагався заборонити монастирі, чим, фактично,

загальмував розвиток системи гостинності при монастирях, внаслідок чого виникла потреба у появі нової – світської – системи розміщення подорожуючих. Типові дорожні готелі мали на першому поверсі таверну і стайню, службові та господарські приміщення, а на верхніх поверхах – кімнати для гостей, вікна яких виходили на внутрішнє подвір'я, де проводились театральні вистави.

Окрім повозок для подорожей використовували *портшези* – комфортабельні закриті ноші, які несли слуги, а на далекі відстані в портшези впрягали по одному коню спереду та позаду. Колісні кінні екіпажі були елітним транспортом, про що свідчить наказ французького короля *Філіпа Красивого* (1294 р.) про надання права користування екіпажами жінкам князівського походження. В Англії улюбленим видом транспорту стала поштова карета, яка по дорозі робила декілька зупинок у придорожніх тавернах або заїжджих дворах – *поштових станціях*.

У Середні віки значно збільшилося число придорожніх заїжджих дворів, підвищувалася якість обслуговування. Ще з часів Римської епохи збереглись традиції подорожей з метою оздоровлення. Відомі курорти того часу: *Пломб'єр-ле-Бен* (Франція) і *Ахен* (Земля Північний Рейн-Вестфалія, ФРН). З XIII ст. почала відроджуватися популярність відомих з давнини мінеральних джерел *Абано-Терме* (Італія), *Спа* (сучасна Бельгія), *Котре* (Франція), які поступово переходили у власність монастирів. З середини XIV ст. стали функціонувати курорти *Карлсбад* (сучасні Карлові Вари, Чеська Республіка), який став популярним завдяки підтримці королів і вельмож, а також *Бадон* (сучасний Баден-Баден, Земля Баден-Вюртемберг, ФРН).

Поява університетівсприялавідродженнютарозвитковіосвітніхподорожей.

В Росії основними елементами системи розміщення подорожуючих були *гостинні двори* і *ямські станції* (в Московії з ХІІ-ХІІІ ст. постоялі двори тоді називались «ямами» (звідси і назва працівника цього закладу – «ямщик»), що розміщувались уподовж шляхів, на відстані кінного переходу.

15

Обслуговування середньовічних бенкетів носило «дискримінаційний»

характер: страви подавалися у відповідності до статусу гостя. Умови кухонних приміщень були антисанітарними.

Користування вилками французьким королівським двором вперше запропонувала *Катерина Медічи* (XVI ст.), але в широкий ужиток вони увійшли лише через двісті років. До того часу їли руками, з дерев'яних дощечок або з великих, рівно нарізаних скибок черствого хліба чотириденної випічки. У ножа було дві функції: їм різали і з нього їли.

Середньовічні фахівці з туризму користувалися власними правилами для званих вечерь:

– їжу слід подавати в належний час: не надто рано, але і не занадто пізно та в належному місці: просторому, приємному і безпечному;

– той, хто дає бенкет, має робити це від душі і в радості серця *(glad cheer);* – подавана їжа мусить бути різноманітною, щоб кожен, кому не

сподобається щось, міг покуштувати чогось іншого; – на столі мають бути різноманітні вина й напої; – слуги мають бути ввічливими і чесними;

– гості повинні відчувати одне до одного тільки приятельські і добросердечні почуття;

– пісні та інструментальна музика мають створювати веселу атмосферу; – має бути багато світла;

– повинна бути повна гарантія того, що все, що подають на стіл, вирізняється вишуканим смаком;

– гості мають їсти без зайвої поспішності;

– можна лише покірно просити гостей скуштувати ту чи іншу страву, але ні в якій мірі не можна примушувати їх шкодити своєму здоров'ю;

– кожен із гостей після вечері має відпочити.

У XVI ст. в Англії з'являються таверни для простолюду – *ординарні*, де за загальним столом подавали чергові страви за фіксованою ціною. У цей же час на застільні звички жителів Західної Європи почали впливати два екзотичних

16

предмета експорту: *кава* та *чай*. Перші кав'ярні з'явилися в Мецці наприкінці

XV ст. Для мусульман, які першими почали пити каву, вона була «вином Аполлона», напоєм думки й мрії, «молоком мислителів і шахістів». Для віруючих мусульман вона була альтернативою християнському й язичницькому вину Діонісія. До Європи каву завезли мандрівники із Константинополя (нині Стамбул). До кінця XVI ст. кава викликала несхвалення католицької церкви, яка назвала її «вином ісламу» і «напоєм нехристів». Статус християнського напою кава отримала за папи Клемента VIII. У наступному столітті почалося активне зростання кількості *кав'ярен* по всій Європі. До 1675 р. у Венеції їх було кілька дюжин, включаючи знамените *Cafe Florian* на пл. Сан-Марко. Перша англійська кав'ярня була відкрита в 1652 р. вихідцем з Вірменії на вул. Сент-Майкл Алей в Лондоні. В XVII ст. кав'ярні одержали назву «дешеві університети», де можна було не тільки почитати й поспілкуватися, але й зустріти відомих і шанованих діячів того часу.

Коли в 1683 р. з Відня було знято турецьку облогу, виходець у України пан *Юрій-Франц Кульчицький* (1640-1694), отримав дозвіл відкрити першу в Центральній Європі кав'ярню. Так, 13.08.1984 р. у першій в Відні кав’ярні була подана перша чашечка кави, підсолодженої медом (цукром) і злегка розведена молоком (відома сьогодні як «кава по-віденські»).

Вагомий внесок у розвиток індустрії туризму зробило зростання популярності подорожі на диліжансі. Суворо дотримувалися в обходженні з кожним постояльцем в заїжджих дворах. Заможні люди обслуговувалися в їдальні або в своїй кімнаті, замовляючи спеціальні страви з продуктів, що мались у наявності в господаря – *a la carte* (а-ля карт). Бідняки зазвичай їли разом з господарем заїжджого двору і його сім'єю на кухні. Їм подавали просту їжу без права вибору, але за мінімальну ціну – *table d'hote* (табл д'от), тобто «хазяйський стіл». Цінова політика на страви варіювалася у відповідності до регіону, де знаходився двір. Заїжджі двори у континентальній Європі за всіма показниками поступалися англійським. Американські постоялі двори і таверни копіювали англійські – саме англійський тип організації послуг гостинності в

17

Західному світі вважався кращим. Перша з відомих американських таверн –

*Stadt Huys*, була відкрита голландцями в 1642 р. у Новому Амстердамі (стара назва Нью-Йорка). Через рік в поселенні Боулінг-Грін з'явилася ще одна таверна – *Kreiger's Tavern*.

Один з перших готелів в Європі *«Готель Генріха IV»*, був побудований в Нанті в 1788 р. за $ 17500 (номерний фонд – 60 ліжко-місць).

У зв'язку із зростанням колоній в Нью-Йорку і Новій Англії ці заклади зазвичай називали придорожніми тавернами, на Півдні – ординарними, у Пенсільванії – заїжджими дворами. Господар закладу, не в приклад його колезі часів Римської імперії, був поважним членом громади і одним із найбільш заможних громадян.

***Еволюція індустрії туризму: Французька революція***

Французька революція багато в чому сприяла зміні напряму розвитку кулінарних смаків людства. Більше 200 років тому в усій Франції існував тільки один ресторан вищої категорії – *Tour d'Argent* (Париж)*,* який відкрився в 1533 р. і протягом двох століть залишалися унікальним закладом.

За законом тільки члени гільдії постачальників провізії *(traiteurs)* мали право продавати м'ясні страви, та й то лише під час банкетів. М. Буланже, «батько» сучасного ресторану, мав на вул. Баель цілодобову таверну, головною стравою якої був суп, який він називав *restorantes* (від фр. - «той, що відновлює сили»). У 1782 р на вул. Рішельє відкрився перший справжній ресторан – *Grande Taverne de Londres* (Гранд Таверн де Лондрі), а в 1785 р. недалеко від Пале-Рояль – *Aux Trois Freres Provencaux* (Про Труа Фрер Прованс). У 1794 р. в одному лише Парижі налічувалось 500 ресторанів.

У результаті революції лише найвірніші з шеф-кухарів аристократичних будинків залишилися у Франції. Більшість з них опинилися в Америці, головним чином, в Новому Орлеані. У XVIII ст. в країнах Європи ресторанний бізнес з традиціями французької національної кухні завойовує міцні позиції в обслуговуванні населення.

18

***Еволюція індустрії туризму: ХІХ століття***

На початку ХІХ ст. ресторани в Європі продовжували процвітати. До 1800 р. англійці почали орієнтуватися на французьку концепцію ресторану. У 1856 р. *Ентоніні Карем* опублікував роботу *La Cuisine Classique* («Класика кулінарії»). В елітних ресторанах відвідувачам вручався список (*a carte*) всього, що могла запропонувати кухня. Починалася епоха *меню «a la carte».*

У 1898 р. у Лондоні відкрився готель *Savoy*, керівником якого був *Цезар Рітц* (зараз готелі Ritz-Carlton носять його ім'я), шеф-кухарем – *Огюст Ескофьє*, автор *Le Guide Culinaire* («Довідник з кулінарії»).

Американці завжди відрізнялися вмінням задовольняти запити кожного відвідувача. До 1848 р. в Нью-Йорку вже створилася своєрідна ієрархія точок громадського харчування, на нижній сходинці якої перебували «шестипенсові обжиралівки» *Даніеля Суїні* на Енн-стріт. Їх господар заслужив сумнівну славу «батька брудних ложок». Сходинкою вище стояли заклади Брауна, що завдяки врученню меню відвідувачам претендують на елегантність.

Список американських ресторанів очолювали знамениті заклади *Dеlmоnісо's,* які тривалий час залишалися єдиними дорогими і цілком аристократичними ресторанами США. З того дня, як сім'я Дельмоніко відкрила своє перше кафе та кондитерську на Вільям-стріт (будинок 23) в 1827 р. до прощальної вечері, поданої в ресторані Дельмоніко на перетині 5-й Авеню і 44-ї Стріт (у зв'язку з введенням в країні Сухого закону), це ім'я було синонімом вишуканої їжі та бездоганного обслуговування – критеріїв, за якими оцінювалися і оцінюються всі установи подібного роду. Джон Дельмоніко також був першим, хто запропонував перекласти меню з французької мови англійською – з’явилося двомовне меню.

У багатьох містах Америки з'явилися *готелі-палаци*: *Palmer House* в Чікаго, *St. Charles* та *St. Louis* в Новому Орлеані, *Planter's Hotel* в Сент-Луїсі. *Hotel del Coronado* в Сан-Дієго. У Філадельфії, Балтиморі, Вашингтоні, Буффало з'явилися фешенебельні готелі, кожен з яких вважався свого часу останнім шиком готельної справи. До 1852 р. кожен першокласний готель мав

19

свого французького шеф-кухаря. Хоча сучасний готель вважається

специфічним американським винаходом, європейці розробили так званий *«європейський план»* організації оплати за готельні послуги, згідно з яким гості платять не за номер та харчування, а тільки за номер, що дозволяє йому самостійно замовляти страви a la carte в ресторані готелю або поза ним.

У 1876 р. *Фред Харвей* відкрив свій перший ресторан на 2-му поверсі вокзалу в м. Топіка (столиця Канзасу) на залізничній гілці Топіка – Санта-Фе. У тому ж році, в м. Флоренс Харвей відкрив свій перший готель. З 1880 по 1890 рр. через кожні 100 миль по цій дорозі відкривалися т.з. *«Будинки Харвея».*

Так, за XIX ст. в індустрії туризму з’явилось більше нововведень, ніж за всю її попередню історію. У престижних ресторанах Західного світу, які спочатку збирали виключно чоловічу компанію, стали обідати і жінки. Незаможна частина населення відвідувала *grill room* (маленький ресторан або кімната в ресторані, де подавалися страви зі смаженого м'яса або риби).

У XIX ст. були винайдені способи зберігати їжу шляхом консервування і вакуумної упаковки, що дозволило готувати будь-які кулінарні делікатеси незалежно від сезону. До цього винаходу причетний Наполеон I, який виплатив в 1809 р. *Ніколя Аперту* винагороду у сумі 12 тис. франків (майже $ 250 млн. за сучасним курсом) за запропонований ним спосіб зберігати харчові продукти від псування, стерилізуючи їх у щільно закритих скляних банках шляхом нагрівання.

У цей же час почала стрімко розвиватися система громадського харчування для освітніх установ. З XII ст. в Англії, і в континентальній Європі створювалися гуртожитки. Перші *шкільні їдальні* з'явилися у Франції в 1849 р., у 1865 р. – в Англії, спочатку в м. Гернсей у домі Віктор Гюго.

У XIX ст. розвивалася *система громадського харчування в лікарнях*, зокрема завдяки подвижницькій діяльності *Флоренс Найнтінгейл*, засновниці не тільки системи дієтичного харчування та сучасного догляду за хворими.

В Америці перша кав’ярня-морозиво відкрилася у 1776 році. В 1833 р. була винайдена фруктова газована вода. Так, по всій Америці почали

20

відкриватися так звані *кафе*-*морожені*, стійки яких прикрашали великі

мармурові ящики з апаратом для виробництва газованої води, а в 1835 р. лимонад почали розливати в пляшки. У 1885 р. створений рецепт лимонаду Dr. Pepper, в 1886 році – *Coca-Cola,* в 1898 році – *Pepsi-Cola.*

У 1890 р. був заснований один з перших барів-ресторанів – *PJ Clarke's.*

***Еволюція індустрії туризму: ХХ століття***

У 1921 р. Уолтер Андерсон *(J. Walter Anderson)* і Біллі Інгрем заснували мережу закусочних *White Castle Hamburger*. За наступні 10 років мережа розширилася до 115 закладів.

У 1927 р. відкрилася перша *придорожня закусочна Hot Shoppe and root beer* компанії *Marriott*. Приблизно в цей же час по всій Америці почали створюватися ресторани швидкого обслуговування та заклади, в яких проїжджаючі обслуговувалися, не виходячи зі своєї машини - *«драйв-ін»* (від англ. *drive in* – «заїжджай у двір»), названий автомобілістами *«car hopping»* (ускакування на підніжку).

Після краху біржі в 1929 р. і Великої депресії Америка оговталася лише в середині 30-х років, знаходячи втіху в елегантній розкоші обідів «а-ля Фред Астер». У 1934 р. відкрився ресторан *The Rainbow Room*. До кінця 30-х років кожне велике місто в США мало власний шикарний нічний клуб.

У 1959 р. в Америці відкрився перший справжній ресторан – *Four Seasons,* де пропонувалося сезонне меню.

Після Другої світової війни Північна Америка, де спостерігалося швидке зростання числа готелів і кав'ярень, стала лідером у цій галузі.

Важливою зміною у сфері харчування туристів було створення ресторанів швидкого обслуговування. Одним із засновників цієї системи став Рей Крок, який в 1955 р. уклав контракт з братами Макдональдами, власниками ресторану гамбургерів у Каліфорнії, в результаті чого була створена мережа ресторанів швидкого обслуговування *McDonald’s* (1940 р.). З початку 90-х рр. збільшився

21

ринок піцерій, які на межі XX і XXI ст. були сконцентровані в 3-х основних

ланцюгах: Ріzzа Нut, Dominо Ріzzа, Littlе Саеsаr.

У 1970-і роки в індустрії туризму з'явилися нові типи закладів: *Тасо Bell, TGI Friday's, Houston* і *Red Lobster* – у ресторанній справі і *Days Inn, Super 8 Motels і Comfort Inns* – у готельному. Такі корпорації, як Four Seasons, Canadian Pacific, Marriott, Hyatt, Sheraton, Hilton, Radisson, Ramada і інші мережні структури вищого класу, почали активно поширюватися в Північній Америці та за її межами.

Пожвавлення економіки в другій пол. XX ст. викликало трансформацію готельної справи та індустрії приватних готелів у сучасну індустрію з різними формами власності та управління. Прикладом концентрації виробництва в готельній індустрії є виникнення готельних ланцюгів. В організаційній структурі управління готелями у світовій готельній індустрії у 1950-і рр. сформувались наступні **моделі організації готельної справи** [21]:

1. *модель Рітца,* названа на честь швейцарського підприємця *Цезаря Рітца.* Готелі цієї моделі, здебільшого, орієнтовані на європейські традиції вишуканості та аристократизму. На межі XX і XXI ст. зазначена модель в Західній Європі переживала кризу. За останню чверть ХХ ст. зі світового ринку готельних послуг зникло більше 2 млн. готелів у стилі «палас»;

2. *модель Holiday Inn,* пов'язана з іменем американського підприємця *Кемонса Уільсона.* Один із перших готелів Holiday Inn було побудовано в 1952р. у США. У цій моделі зроблений акцент на велику гнучкість в задоволенні потреб клієнта та стандартизацію послуг, незалежно від того, в якій в країні готель знаходиться. На межі XX-XXI ст. під контролем цього ланцюга перебувало більше 50 % готельних номерів світу. Характерні ознаки моделі: 1) дотримання єдиного архітектурного стилю; 2) швидка реєстрація гостей; 3) гнучка система тарифів; 4) спеціальні номери для постійних клієнтів; 5) наявність «шведського столу» (як правило, на сніданок); 6) конференц-хол.

Найбільша концентрація готелів зафіксована у США та Західній Європі (70 %). За концентрацією готелів в одному місті перше місце має Лас-Вегас.

22

Більшість готельних ланцюгів у світі також американські. Найвідоміші з них –

West Inn i Hilton (клас «люкс») та Маrrіоtt, Ноlіdау Іnn, Sheraton (середній клас). Визначальна тенденція розвитку світового готельного господарства в 90-х

pоках – централізація управління. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їх рейтингу, схильні до жорсткої конкуренції, шукали будь-які можливості для збільшення свого потенціалу. У 1992-1996 pp. лідером рейтингу була *Hospіtalіty Franchіse System* (HFS), якій у цей період вдалося поглинути такі великі компанії, як *Ramada Іnns* і *Howard Johnson.*

В кінці століття набирав темпи процес централізації управління *Cendant Corp.,* який очолив рейтинг готельних ланцюгів. Якщо за 1970-1991 рр. Holіday Іnns збільшив контроль у готельному господарстві тільки на 106 тис. номерів, то в 90-х контроль лідера зріс уже до 214,8 тис. номерів. Збільшення спостерігалося в усіх рангових позиціях рейтингу. У 1970 р. перша десятка рейтингу об'єднала 4987 готелів на 502,4 тис. номерів, у 1991 р. – вже 13813 готелів на 1847 тис. номерів, у 1999 р. – 25827 готелів на 3083,9 тис. номерів. Тільки в 90-х роках число контрольованих номерів виросло майже в 1,7 рази, або на 1236,7 тис.

Централізація управління в дрібних готельних ланцюгах відбувається інтенсивніше, ніж у великих. До централізації менш схильні т. зв. *управлінські компанії (consortіa),* де лідером була *Utell Іnternatіonal,* що контролювала в 1992 р. 1360 тис. номерів. У 1997-1998 pp. її змінила *REZ Solutіons Іnc.* (1560 тис. номерів), а в 1999 p. – *Pegasus Solutіons* (1803 тис. номерів).

Процес укрупнення готельних ланцюгів ґрунтується, перш за все, на розвитку системи франчайзингу (приблизно 80% готелів входять до ланцюгів на правах франчайзингу). У 1999 р. із 6315 готелів, якими керувала *Cendant Corp.,* 6258 входили до цієї компанії саме на умовах франчайзингу *(franchіsіng)*. На початку 90-х лідерами з міжнародної діяльності були *Ассоr* (представлені в 66 країнах); ІTT Sheraton – у 61 країні; Holіday Іnns – в 55 країнах; Hіlton Іnt., Іnter-Contіnental, Best Western Hotels – у 47 країнах. У лідерів 1999 p. міжнародна операційна діяльність значно розширилася. Bass Hotels має готелі в

23

98 країнах, Best Western Іnt. – в 84 країнах, Ассоr – у 81 країні, Starwood Hotels

– у 80 країнах, Carlson Hospіtalіty Worldwіde – в 57 країнах, Marrіott Іnt. – в 56 країнах, Hіlton Іnt. – в 53 країнах, Forte Hotel Group – в 51 країнах. Багато готельних ланцюгів прагнуть територіально розширити свою діяльність.

International Hotel Group (IHG) з 2004 р. вважають найбільшою готельною мережею у світі, що налічує понад 600000 кімнат.

Процес збільшення значення готельних ланцюгів в управлінні світовим готельним господарством характеризується важливим протиріччям: 1) укрупнюються головні готельні ланцюги, що оперують у багатьох країнах; 2) все більше країн створюють власні готельні ланцюги, які успішно конкурують з інтернаціональними монополіями.

Крім готельних ланцюгів, на світовому турринку активно функціонують специфічні об'єднання, основна мета яких – виявлення кращих представників готельного бізнесу. Наприклад, з 1928 р. проводить роботу з визначення найкращих готелів світу міжнародна корпорація *«Провідні готелі світу» («The Leading Hotels of the World»),* яка щорічно поміщає дані про кращі підприємства в спеціальному каталозі. У грудні 2005 р. 5-зірковий готель *«Донбас Палас»* (Донецьк) першим серед українських готелів став членом зазначеної асоціації. З 1968 р. функціонує міжнародна готельна асоціація *«Найбільш тихі готелі світу»,* штаб-квартира якої знаходиться в Парижі. При вступі до цієї Асоціації оцінюються три критерії: природне і сприятливе навколишнє середовище; затишна будівля та інтер'єр готелю з характерним виглядом; гостинність, кухня. Питаннями координації функціонування готельних ланцюгів і асоціацій незалежних готелів і ресторанів у Європі займається *Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного*

*співтовариства* (ХОТРЕК).

До основних тенденцій в розвитку готельного бізнесу сьогодні віднесені: – поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти й послуги, які

раніше надавали підприємства інших галузей (наприклад, організації харчування, дозвілля, розваг, виставочної діяльності та ін.);

24

– розвиток демократизації готельної індустрії, що сприяє підвищенню

доступності готельних послуг для масового споживача;

– посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;

– глобалізація й концентрація готельного бізнесу;

– персоніфікація обслуговування й повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;

– широке впровадження нових засобів комунікації й інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку й системну економічну діагностику;

– впровадження нових технологій у ділову стратегію готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

Основні завдання в сфері готельного бізнесу: створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, створення стабільної клієнтури через уміння знайти свого клієнта, пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне відновлення власної політики з обліком ринку, що динамічно розвивається, готельних послуг.

***2.2. Класифікація засобів розміщення у світі***

У сучасній світовій практиці в системі класифікації закладів розміщення можна умовно виділити наступні підходи:

*офіційний* (розробка, проведення і контроль комплексу необхідних вимог якості комфорту закладу розміщення займаються державні органи, присвоєння категорії фіксується на офіційному рівні);

*професійний* (пов’язується з недержавними об’єднаннями та союзами у сфері гостинності).

У багатьох країнах Європи найпоширеніша система класифікації готелів – по «зірках». Але за піввіку існування такої системи, до цих пір так і не виникло єдиних правил присвоєння готелям певної категорії. У більшості країн

25

число «зірок» на фасаді готелю – справа абсолютно добровільна. Тим не менш,

власники готелів різних країн у прагненні додати певний статус об'єкту керуються національними принципами відповідності. Проте сьогодні «зірковість» готелів діє як своєрідна принада для туристів. У різних країнах готелі з рівною кількістю «зірок» можуть відрізнятися за рівнем сервісу, комфортабельністю номерів, місцем розташування тощо.

При класифікації готелів фіксують певний рівень комфорту, технічне оснащення, склад і якість номерного фонду для конкретної категорії готелю. За даними *Міжнародної* *Готельної* *Асоціації* (МГА), офіційна система класифікації готелів прийнята в 64 країнах світу, в 11 – знаходиться в стадії розробки, а в 58 – готелі не мають єдиної класифікації.

Так, *Міжнародною Готельною Асоціацією, Міжнародною Торговою Палатою* і *Міжнародним Союзом Офіційних турорганізацій* був розроблений Проект єдиної міжнародної класифікації готелів, проте він не був схвалений національними асоціаціями, членами МГА через відмінності в підході до оцінки якості устаткування, розбіжностям у кліматичних та інших умовах.

Існують різні реєстраційні системи класифікації готелів, які дають можливість клієнтові при виборі готелю дізнатися, на який рівень комфорту він може розраховувати. Зараз у світі діє близько 30 типів системи класифікації готелів. Найбільш поширені з них – система «зірок» (1-5), система «корон» або «ключів» (Великобританія), система балів, система «букв» (Греція). Якщо узагальнити, то можна виділити два підходи до класифікації готелів залежно від рівня обслуговування в них: перший – базується на кількісних показниках, що виражені у цифрах і орієнтовані на матеріальну базу готелю; другий – бере до уваги «якісних» показниках, що характеризують якість обладнання, устаткування, обслуговування і кваліфікацію персоналу.

У цілому національні системикласифікаціїготелівможнаоб'єднативдвіосновні: 1. *європейська система*, в основі якої лежить французька національна

система і яку використовують у більшості розвинених держав;

26

2. *індійська система*, заснована на бальній оцінці, поширена в країнах, що

розвиваються.

Найчастіше системи класифікації розробляють і ведуть або національними турадміністраціями разом з іншими державними органами управління, або національними асоціаціями готелів, рідше – тільки однією стороною,частіше–врежиміконсультаціїзіншимидержавнимиорганамиуправління.

В Україні, відповідно до Закону України «Про туризм» [1], сертифікація готельних послуг на відповідність вимогам з безпеки, які надаються суб'єктами турдіяльності, є обов'язковою і проводиться з 1999 р. Роботи з сертифікації проводять органи, що акредитовані в системі Держстандарту України – *УкрСЕПРО*, які також проводять добровільну сертифікацію на присвоєння категорії підприємству на відповідність вимогам національного стандарту ДСТУ 4269:2004 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [4]. У кожному регіоні існує свій центр із стандартизації та сертифікації і дозволені новим Законом України «Про підтвердження відповідності» інші органи різних форм власності, що акредитовані в системі УкрСЕПРО.

У той же час, у зв'язку з прийняттям нових нормативних та нормативно-правових документів, в туристській сфері назріла необхідність створення нової державної Системи класифікації готелів та інших засобів розміщення.

***2.3. Основні служби готелю***

Головна функція готельного підприємства – надання тимчасового житла. Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю, його місцем розташування, специфікою гостей та іншими факторами; виступаєвідображеннямповноваженьіобов'язків,щопокладенінакожногопрацівника.

Основні служби, які має будь-який готель:

1. *Служба управління номерним фондом* – займається вирішенням питань, що пов'язані з бронюванням номерів, прийомом туристів, які прибувають до готелю, їх реєстрацією та розміщенням по номерах, а також відправкою додому або до наступного пункту маршруту подорожі після закінчення туру,

27

забезпечує обслуговування туристів в номерах; підтримує необхідний

санітарно-гігієнічний стан номерів і рівень комфорту в житлових приміщеннях, займається наданням побутових послуг гостям.

*Склад служби:* Директор або менеджер з експлуатації номерів; служба прийому і розміщення; служба покоївок; об'єднана сервісна служба (швейцари, коридорні, гардеробники, службовці гаражного господарства); служба портьє; служба консьєржа; служба посильних; інспекторпослужбіномерів;службабезпеки.

2. *Адміністративна служба* – відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням і підтримкою необхідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм і правил з охорони праці, техніки безпеки,протипожежноїтаекономічноїбезпеки.

*Склад* *служби:* секретаріат, фінансова служба, кадрова служба, інспектори з протипожежної безпеки і техніки безпеки.

3. *Служба громадського харчування*. Забезпечує обслуговування гостей підприємства в ресторанах, кафе, барах готелю, вирішує питання з організації та обслуговування банкетів, презентацій і т.д.

*Склад служби:* кухня, ресторани, бари, кафе, служба банкету, кейтерінгу. 4. *Комерційна* *служба*. Займається питаннями оперативного і

стратегічного планування. Аналізує результати господарської та фінансової діяльності.

*Склад служби:* комерційний директор, служба маркетингу.

5. *Інженерні (технічні) служби*. Створюють умови для функціонування систем кондиціювання, теплопостачання, санітарно-технічного обладнання, електротехнічних пристроїв, служб ремонту та будівництва, систем телебачення та зв'язку.

*Склад служби*: головний інженер, служба поточного ремонту, служба благоустрою території; служба зв'язку.

У сучасних умовах система управління має бути простою і гнучкою, щоб бути конкурентоспроможною і мати: невелику кількість рівнів управління;

28

невеликі підрозділи, укомплектовані кваліфікованими фахівцями; виробництво

послуг та організація роботи, орієнтовані на споживачів (гостей підприємства).

***2.4. Використання автоматизованих систем управління в туризмі Автоматизована система управління (АСУ)*** – складний супідрядний

комплекс обслуговування всіх підрозділів, що існують у готельному господарстві: комплекс систем безпеки та інформаційно-комунікаційних систем, комплекс систем життєзабезпечення.

За допомогою АСУ готелю набагато простіше приймати заявки, зберігати їх і при необхідності – знаходити відомості про резервування номерів, про постійних клієнтів, вимоги і рахунки гостей. Система дозволяє легко отримати список гостей, що прибувають в той чи інший день. Важлива частина АСУ – файли стійки резервування, що дають помічникові адміністратора, відповідального за цей напрям роботи, доступ до інформації про кількість незаброньованих номерів та їх характеристика: вид з вікна, ціна і т.д. До введення цієї системи службовцю, що займався резервуванням, було значно важче відбирати інформацію і користуватися нею.

АСУ складається з набору комп'ютерних програм, за допомогою яких можна збирати і використовувати інформацію, актуальну для роботи офісів управління та підтримки. Чотири програми з цього набору особливо важливі, оскільки забезпечують адміністраторів необхідною інформацією щодо керування: службою резервування; обслуговуванням номерів; розрахунками з гостями; загальні питання управління готелем.

Розглядаючи готельне підприємство як сукупність функціональних відділів, структура АСУ має наступний вигляд:

– базу даних на сервері;

– модуль портьє (модуль номерного фонду); – модуль ресторану;

– адміністративний модуль; – модуль бухгалтерії;

29

– додаткові функціональні модулі.

Компонент системи АСУ, що забезпечує службу резервування, дозволяє працівникам швидко отримувати запити на резервування, підтвердження на вже оформлену бронь і завжди мати чітку картину розрахункової заповнюваності готелю на кожен день, збираючи воєдино інформацію про резервування, зробленебезпосередньовофісіівцентралізованійтелефоннійсистемирезервування.

Надлишок пропозиції над попитом у готельному бізнесі змусив адміністраторів з метою зниження цін і підвищення сервісу, звернутися до інформаційних технологій. Комп'ютеризована система оформлення попередніх замовлень дозволила готелям підвищувати заповнюваність у будь-які дні. Використання програм допомагає службі резервування значною мірою враховувати особисті запити клієнтів, збільшуючи шанс на повторне відвідування готелю. Для максимізації доходу використовують технологію, відому як управління доходами, що дозволяє прогнозувати попит на будь-який період і зацікавить потенційного клієнта, визначати оптимальну ціну за номер.

Сьогодні у світі існують наступні **глобальні системи резервування** (*Global Distribution Systems – GDS): Amadeus, Galileo, Sabre і Warldspan,* яким належить понад 90% ринку.

Для незалежних готелів існує кілька варіантів роботи із глобальними системами резервування:

– установити в себе термінали однієї або декількох систем бронювання й почати працювати самостійно;

– укласти договір з компанією-посередником, що спеціалізується на наданні подібного роду послуг;

– укласти договір з великим туроператором, що вже має доступ до глобальних систем резервування.

Установка в готелі власних терміналів GDS є найбільш складним і дорогим розв'язком. Для його здійснення готелю необхідно укласти договори із системами резервування, прокласти лінії зв'язку, установити обладнання,

30

навчити персонал тощо. Для того, щоб вкладені витрати виправдалися за

доступний період, доцільно використовувати GDS для готельних ланцюгів.

**Запитання для самоконтролю**

1. Пояснить, наскільки змінився соціальний статус хазяїна готелю з часів Давнього Рима і як це пов'язано з еволюцією індустрії туризму.

2. Охарактеризуйте поняття «франчайзинг». 3. Назвіть провідні готельні ланцюги світу.

4. Назвіть основні системи класифікації засобів розміщення. 5. Перелічіть основні служби готелю.

6. Назвіть переваги використання АСУ в готельному бізнесі. 7. Назвіть міжнародні системи резервування.