



**МЕНЕДЖМЕНТ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ
СПРАВИ
ТУРИЗМ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

ТУРИСТИЧНИМ ПОСЛУГАМ ПРИТАМАННІ ТАКІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- **Невідчутність.** Послуги невловимі. Їх неможливо побачити, спробувати на смак, почути чи понюхати до моменту придбання.
- **Невіддільність від джерела.** Послуга невіддільна від свого джерела, будь-то людина чи машина, тоді як товар у матеріальному виді існує незалежно від присутності чи відсутності його джерела.
- **Мінливість якості.** Якість послуг коливається в широких межах у залежності від їхніх постачальників, а також від часу і місця надання.
- **Незбереженість.** Послугу неможливо зберігати.

У ЗВ'ЯЗКУ З ЦИМ

1. Попит на туристські послуги надзвичайно еластичний щодо рівня прибутку і цін, але багато в чому залежить також від політичних і соціальних умов.
2. У зв'язку з сезонними коливаннями попиту присутній так званий феномен насичення. Унаслідок цього можуть бути виділені чітко окреслені туристські зони.
3. Пропозиція туристських послуг відрізняється не гнучким виробництвом. Цими послугами можна скористатися безпосередньо на певному і ні на якомусь іншому місці в певний час.
4. Туристський продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби, різну комерційну мету.
5. Не можна досягнути високої якості туристичних послуг навіть з дрібними недоліками, оскільки обслуговування туристів складається із дрібниць.

СУБ'ЄКТИ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ВИРОБНИКА ТУРПРОДУКТУ

- туристичні оператори
- туристичні агенти
- суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг
- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу

ЗВ'ЯЗКИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

- С. 121

ЗА РАХУНОК РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ МОЖНА ДОСЯГТИ НАСТУПНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ:

- забезпечити додаткові надходження до регіонального і державного бюджету;
- скоротити безробіття шляхом створення нових робочих місць, попередити відтік трудових ресурсів з регіону, сприяти відкриттю нових галузевих спеціальностей;
- популяризувати туристичну привабливість і використання туристичного потенціалу регіону;
- створити необхідну туристичну інфраструктуру (прокладання доріг в сільській місцевості, будівництво нових та реконструювання наявних готелів, відкриття закладів харчування на туристських маршрутах, точок з надання в прокат необхідного інвентарю);
- забезпечити розширення ліній роздрібної торгівлі різноманітним товаром, а також надання різноманітних послуг (страхових, харчових, екскурсійних та ін.);
- реформувати структуру відпочинку;
- сприяти розвитку народних промислів (виготовлення і реалізація національних сувенірів).

У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ ІСНУЄ ЧОТИРИ МОДЕЛІ ГОСТИННОСТІ:

- **Європейську модель** представляють гостинністю «високого польоту» і високої репутації.
- **Азіатська модель гостинності** протилежна європейській, що відображається в любові азіатів до розкоші, показному багатству, гігантизму.
- **Американська модель гостинності** має риси як європейської моделі, так і азіатської.
- **Східно - європейська модель гостинності** виділяється окремо від європейської через наявність великої частки пострадянських підприємств готельної індустрії, а також, як в американській моделі, сусідством готелів, типової як для європейської, так і для азіатської моделей.

**ДЛЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ
ВИКОРИСТОВУЮТЬ РЯД
КРИТЕРІЇВ, НАЙБІЛЬШ ВАЖЛИВИМИ СЕРЕД ЯКИХ Є:**

- а) характер торгово-виробничої діяльності;
- б) місце розташування;
- в) контингент клієнтів, що обслуговуються;
- г) асортимент продукції (спеціалізація);
- д) місткість;
- е) форма обслуговування;
- є) час функціонування;
- ж) рівень обслуговування.

У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТОГО, ЧИ ВХОДИТЬ ВАРТІСТЬ ХАРЧУВАННЯ ПОРЯД
З
РОЗМІЩЕННЯМ У ГОТЕЛЬНИЙ ТАРИФ, РОЗРІЗНЯЮТЬ ДВІ ОСНОВНІ
СИСТЕМИ
ОБСЛУГОВУВАННЯ:

- *за європейським планом* (european plan, EP). Являє собою готельний тариф, що обумовлений на основі вартості розміщення без урахування харчування. У цьому випадку точний час прибуття клієнта до готелю не є принциповим, оскільки не потрібно додаткових витрат готелю;
- *за американським планом* (american plan, AP). До готельного тарифу входить вартість триразового харчування. Виділяють також модифікований американський план (modified american plan, MAP) і континентальний план (continental plan), при якому туристи можуть вибрати номер у комплексі відповідно з дворазовим і одноразовим харчуванням.

РОЗРІЗНЯЮТЬ НАСТУПНІ ВИДИ СНІДАНКІВ:

- КОНТИНЕНТАЛЬНИЙ СНІДАНОК;
- РОЗШИРЕНИЙ СНІДАНОК;
- АНГЛІЙСЬКИЙ СНІДАНОК;
- АМЕРИКАНСЬКИЙ СНІДАНОК;
- СНІДАНОК ІЗ ШАМПАНСЬКИМ.

ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ СНІДАНКІВ, ОБІДУ І
ВЕЧЕРІ ВИКОРИСТОВУЮТЬ РІЗНІ
МЕТОДИ ОБСЛУГОВУВАННЯ:

- обслуговування “а ля карт”;
- “а парт”;
- “табльдот”;
- шведський стіл;
- буфетне обслуговування.

КІБЕРНЕТИЧНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ

- С. 150

ЛАНКИ УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ

- С.151

ІЄРАРХІЧНА СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ

- С.151