

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту

Кафедра соціальної філософії та управління

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА (ПРОЄКТ)

на тему: «Удосконалення технології прийому іноземних туристів у готелі»

Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
IV курсу, групи МБГ-19-1,  
спеціальності 073 «Менеджмент»,  
освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

  
(підпис)

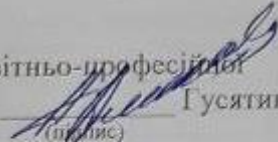
Стаднюк Юлії Михайлівни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

  
(підпис)

Супруненко Світлана Анатоліївна, к.е.н., доцент  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Керівник освітньо-професійної  
програми

  
(підпис)

Гусятинський Микола Володимирович, к.т.н., доцент

Допущено до захисту за рішенням кафедри соціальної філософії та управління  
протокол від «02» 06 2023 № 11

Завідувач кафедри соціальної філософії

та управління   
(підпис) Чупрій Леонід Васильович, д.політ.н., професор

Ірпінь – 2023

Регистрація № 6 08.06.2023 [підпис]  
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки [підпис] 07.06.2023 [підпис]  
(до захисту, на доопрацювання) (дата) (підпис)

Результат захисту 78/4/2023 14.06.23 [підпис]  
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: [підпис] С.Р. Тимчук  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії:

|                                            |                                                             |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <u>[підпис]</u><br><small>(підпис)</small> | <u>М.В. Тимченко</u><br><small>(ініціали, прізвище)</small> |
| <u>[підпис]</u><br><small>(підпис)</small> | <u>І.В. Шевченко</u><br><small>(ініціали, прізвище)</small> |
| <u>[підпис]</u><br><small>(підпис)</small> | <u>А.І. Тимчук</u><br><small>(ініціали, прізвище)</small>   |

### БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

| Об'єкти контролю                                                                 | Діапазон оцінки в балах | Фактична кількість балів | Примітки | Дата, П.І.П.:<br>голови комісії<br>членів комісії, секретаря,<br>(підписи) |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ</b>                     |                         |                          |          |                                                                            |
| 1. Доповідь                                                                      | від 0 до 10             | 9                        |          | <br><br><br><br>                                                           |
| 2. Роздатковий матеріал                                                          | від 0 до 5              | 5                        |          |                                                                            |
| 3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання | від 0 до 25             | 21                       |          |                                                                            |
| 5. Апробація (участь у конференціях)                                             | від 0 до 10             | 4                        |          |                                                                            |
| <b>РАЗОМ БАЛІВ</b>                                                               | від 0 до 50             | 39                       |          |                                                                            |
| <b>ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ</b>                                                  | від 0 до 100            | 78                       |          |                                                                            |

### ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

| Оцінка за 100-бальною шкалою | Оцінка за шкалою ЄКТС | Оцінка за національною шкалою | Дата     | П.І.П.: голова, членів комісії, секретаря, (підписи) |
|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|----------|------------------------------------------------------|
| 78                           | C                     | 4                             | 14.06.23 | <br><br><br><br>                                     |

### Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЄКТС

| Оцінка за 100-бальною шкалою | Оцінка за шкалою ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |
|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| 90-100                       | A                     | 5 (відмінно)                  |
| 80-89                        | B                     | 4 (добре)                     |
| 70-79                        | C                     | 3 (задовільно)                |
| 60-69                        | D                     |                               |
| 50-59                        | E                     |                               |
| 35-49                        | FX                    | 2 (незадовільно)              |

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту  
 Кафедра соціальної філософії та управління  
 Спеціальність 073 «Менеджмент»  
 Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую

В.о. завідувача кафедри



Л.В. Чупрій

« 20 » // 2022 р.

**Завдання на кваліфікаційну роботу (проект)  
 здобувачу вищої освіти**

Сташук Юлія Михайлівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи (проекту)  
**Удосконалення технологій прийому іноземних туристів у готелі**  
 Затверджена наказом в.о. ректора від «24» листопада 2022 р. № 1230
2. Строк здачі закінченої роботи 07.06.2023 р.
3. Мета роботи: описати особливості обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич».
- Об'єкт дослідження: процес обслуговування
- Предмет дослідження: способи обслуговування іноземних туристів
- Орієнтовна база дослідження: готель «Славутич»
4. Вихідні дані до роботи  
 наукова та навчально-методична література; матеріали науково-практичних конференцій; результати власних досліджень, інтернет-ресурси.
5. Перелік графічного матеріалу  
 Рисунки:  
 Елементи середовища підприємства готельної справи  
 Готельний продукт  
 Таблиці:  
 Варіанти сніданків для іноземних туристів в готелі «Славутич»
6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)  
 Розділ 1. Теоретичні аспекти обслуговування іноземних туристів в готелі: 1.1 види туризму і класи обслуговування туристів; 1.2. Організація обслуговування іноземних туристів. Розділ 2. Аналіз особливостей організації обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»: 2.1. Організація обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»; 2.2 порядок складання меню для іноземних туристів. Характерні відмінності в приготуванні страк. Розділ 3.

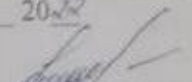
Шляхи вдосконалення та покращення процесу обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»

7. Календарний план виконання роботи

| №<br>п/п | Назва етапів випускної<br>кваліфікаційної роботи (проекту)                                | Строк виконання етапів роботи     |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
|          |                                                                                           | За планом                         | Фактично   |
| 1        | 2                                                                                         | 3                                 | 4          |
| 1        | Вибір теми, визначення літературних джерел, постановка проблеми та складання плану роботи | 15.10.2022                        | 15.10.22   |
| 2        | Підготовка першого розділу роботи та подання його керівнику                               | 31.03.2023                        | 31.03.2023 |
| 3        | Підготовка другого розділу роботи та подання його керівнику                               | 15.05.2023                        | 14.05.2023 |
| 4        | Підготовка третього розділу роботи та подання його керівнику                              | 02.06.2023                        | 02.06.2023 |
| 5        | Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника                                    | 05.06.2023                        | 05.06.2023 |
| 6        | Отримання відгуку керівника                                                               | 07.06.2023                        | 07.06.2023 |
| 7        | Отримання зовнішньої рецензії                                                             | 07.06.2023                        | 07.06.2023 |
| 8        | Попередній захист роботи                                                                  | 06.06.2023                        | 06.06.2023 |
| 9        | Допуск роботи зав. кафедри до захисту                                                     | 07.06.2023                        | 07.06.2023 |
| 10       | Захист роботи                                                                             | Згідно графіку освітнього процесу | 14.06.23   |

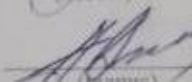
8. Дата видачі завдання «№» «11» 2022

9. Науковий керівник кваліфікаційної роботи (проекту)

  
(підпис)

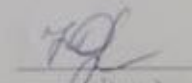
Супруненко С.А.  
(прізвище, ініціали)

10. Гарант освітньо-професійної програми

  
(підпис)

Гусєвїнський М.В.  
(прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти

  
(підпис)

Сталноч Ю.М.  
(прізвище, ініціали)

## ЗМІСТ

|                                                                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП .....</b>                                                                                                            | <b>4</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ<br/>ТУРИСТІВ В ГОТЕЛІ .....</b>                                      | <b>7</b>  |
| 1.1 Види туризму і класи обслуговування туристів .....                                                                        | 7         |
| 1.2 Організація обслуговування іноземних туристів .....                                                                       | 14        |
| <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ<br/>ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛІ «СЛАВУТИЧ»<br/>.....</b>          | <b>23</b> |
| 2.1. Організація обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»<br>.....                                               | 23        |
| 2.2 Порядок складання меню для іноземних туристів. Характерні<br>відмінності в приготуванні страв .....                       | 30        |
| <b>РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПОКРАЩЕННЯ ПРОЦЕСУ<br/>ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛІ «СЛАВУТИЧ»<br/>.....</b> | <b>43</b> |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                                                         | <b>53</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                                                                        | <b>56</b> |

## ВСТУП

З кожним роком кількість відпочиваючих стрімко зростає. Така туристична активність дає істотний поштовх для готельної індустрії загалом та готельного бізнесу зокрема.

В даний час головною конкурентною перевагою в готельно-ресторанному бізнесі є якісний сервіс. Споживачів приваблює, в першу чергу, сервісне обслуговування, і вони готові платити за нього, так як задоволення, яке отримує в процесі споживання послуги, важливіше, ніж ціна. В умовах конкурентного середовища висококласний сервіс стає більш ефективним інструментом підвищення обсягів продажів, ніж маркетинг. Якісне обслуговування клієнтів стає чинником виживання компанії в довгостроковій перспективі.

Хороший готель і широкий спектр послуг – запорука того, що гості залишаться задоволені подорожжю. Особливо такого обслуговування та підвищеної уваги потребують гості з особливими потребами.

У сучасній професійній літературі широко застосовується термін «індустрія туризму та гостинності» і, хоча гостинність входить у цей термін як складовий елемент, слід зазначити, що гостинність – це більш ємне та загальне поняття, тому що його завданням є задоволення потреб не тільки туристів у вузькому сенсі, а й споживачів взагалі. Індустрію туризму та гостинності не можна розглядати як різні індустрії, тому що туристи – це, перш за все споживачі, що мають різноманітні потреби, у тому числі і специфічні, що залежать від цілей та мотивів подорожей, а також від низки моментів. Однак туристи – це, перш за все споживачі взагалі, отже, індустрія туризму та гостинності має розглядатися як єдине ціле через нерозривну спільність.

Слід зазначити, що індустрія гостинності історично сформувалася і зросла із сектора засобів розміщення, представленого різними типами готельних підприємств. У класичному розумінні готель – це будинок з мебльованими кімнатами для гостей. У сучасних умовах готель – це підприємство, призначене

для готельного обслуговування громадян, а також індивідуальних туристів та організованих груп.

Сучасне готельне підприємство надає споживачам не тільки послуги проживання та харчування, але й широкий спектр послуг транспорту, зв'язку, розваг, екскурсійне обслуговування, медичні, спортивні послуги, послуги салонів краси та ін. Фактично готельні підприємства у структурі індустрії туризму та гостинності виконують ключові функції оскільки формують та пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у формуванні та просуванні якого беруть участь усі сектори та елементи індустрії туризму та гостинності [17, с. 23].

Громадяни різних країн приїжджають до України на відпочинок, для ділових зустрічей, переговорів, участі у конгресах, фестивалях, спортивних змаганнях, на лікування тощо.

Тури обслуговування іноземних туристів продаються різними туристичними агентствами, фірмами нашої країни, і навіть через туристичні фірми, транспортні компанії за кордоном. У путівки включають повністю або частково такі послуги: розміщення у готелях, кемпінгах, мотелях; автотранспорт для зустрічей та проводів в аеропортах, на залізничних вокзалах, у морських та річкових портах; надання харчування, організацію екскурсій, послуги гідів-перекладачів та носіїв.

Іноземні туристи подорожують групами та індивідуально. Залежно від мети подорожі, характеру та обсягу.

Актуальність нашої проблеми полягає в тому, що з кожним роком в українських готелях зупиняються все більше іноземних гостей, але гідних умов для їхнього комфортабельного проживання мало в яких готелях надаються.

Об'єктом дипломної роботи є процес обслуговування, а предметом – способи обслуговування іноземних туристів.

Мета роботи – описати особливості обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич».

Для розкриття теми ми поставили перед собою наступні завдання:

- Визначити види туризму і класи обслуговування туристів
- Охарактеризувати організацію обслуговування іноземних туристів
- Проаналізувати організацію обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»
- Визначити порядок складання меню для іноземних туристів та характерні відмінності в приготуванні страв
- Визначити шляхи вдосконалення та покращення процесу обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»

Для розкриття теми автор звертався до різних джерел. Над цією темою працювали такі автори: Диха М. В., Ільницька-Гикавчук Г. Я., Калініна С. П., Назаренко І. А.

Наша робота складається з вступу, 3 розділів та списку використаних джерел.



Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання приїжджих.

Для готелів характерні наступні ознаки:

- наявність номерів;
- надання обов'язкових (прибирання номера, санвузла, заправка ліжка кожен день) і додаткових (послуги пральні, хімчистки, перукарської, оренда та прокат автомобілів, виклик таксі та ін.) послуг;
- угруповання готелів згідно вимог національних стандартів на класи і категорії [9, с. 58].

Готелі розглядаються як головний, класичний тип підприємства розміщення, який має наступні властивості:

1. номерний фонд;
2. набір обов'язкових послуг;
3. визначений асортимент додаткових послуг.

Готелі класифікуються за категоріями на основі комплексу вимог до:

- матеріально-технічного забезпечення;
- номенклатури та якості наданих послуг;
- рівня обслуговування [11, с. 63].

Категорія визначається спеціальним символом «\*» (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення рівня якості обслуговування. Готелі класифікують за п'ятьма категоріями, мотелі - чотирма. Найвищу категорію визначають «п'ять зірок», нижчу «одна зірка».

Готельний бізнес поєднує всі споріднені галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні подорожуючих людей через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури і відпочинку тощо У США цей бізнес є другим за значенням працедавцем, забезпечуючи робочі місця для більш ніж десяти мільйонів осіб. У багатьох штатах – це найважливіша галузь економіки, щорічно поставляє товари і послуги на чотириста мільярдів доларів [5].

В практиці управління широко використовується термін «готельний продукт» (або продукт «готель»), що дозволяє підкреслити комплексний характер готельної пропозиції.

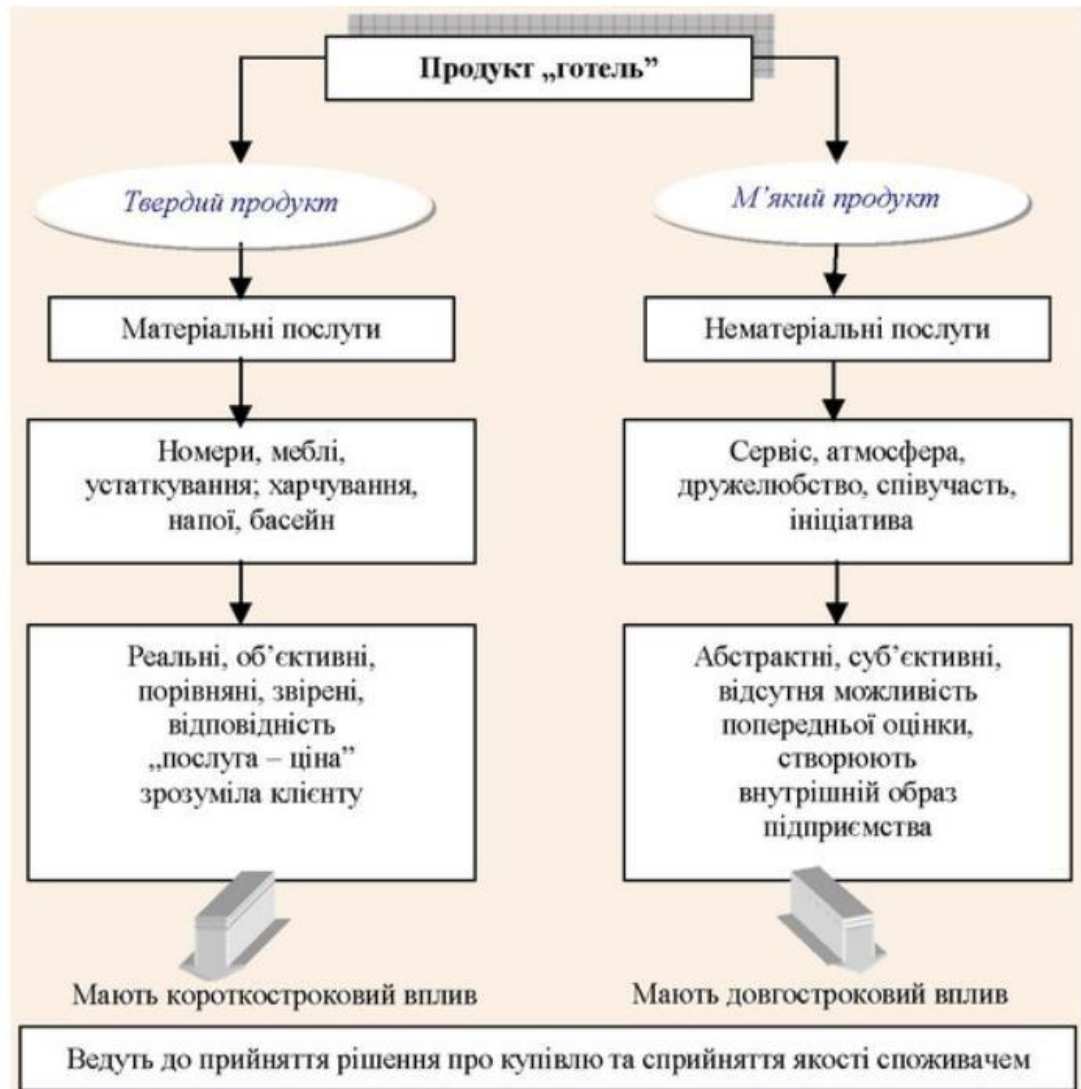


Рис. 1.2. Готельний продукт [10, с. 98]

Робота ресторанів, кафе, барів, також має певні особливості. По суті, це досить відокремлене підприємство ресторанного бізнесу, що включає, залежно від обсягу номерного фонду, ту чи іншу кількість ресторанів, кафе та лобі-барів, і водночас інтегроване в структуру готелю. Як правило, концепція ресторану (інтер'єр, кухня) узгоджена із концепцією готелю.

Не менш важливу роль у створенні якісного готельного продукту відіграє персонал. Іншими словами, персонал, зайнятий у сфері готельно-ресторанного

бізнесу, має бути орієнтований на клієнта. Це означає, що людський чинник у готельному господарстві грає провідну роль, будучи важливим стратегічним ресурсом підприємства. Ринковий досвід в готельному господарстві показує, що з 75 до 90% випадків незадоволеності роботою готелю з'являється лише на рівні безпосереднього взаємодії персоналу з клієнтом.

У зв'язку з цим готельний бізнес будується як клієнтоорієнтована організація, першорядними завданнями якої є мотивація та навчання персоналу, а також формування сприятливої для командної роботи організаційної культури, що в сукупності є необхідною умовою якісного обслуговування.

У готельному бізнесі крім традиційних методів мотивації, таких, як створення атмосфери взаємної довіри, переконливість прийнятих рішень та зворотний зв'язок, збереження зайнятості та рівні можливості, ув'язування кар'єрного зростання з досягнутими результатами, захист здоров'я та забезпечення нормальних умов праці, істотну роль відіграють спеціальні програми.

Характерна особливість роботи з персоналом у готельному бізнесі – створення на базі традиційних організаційних елементів (відділів кадрів, організації праці та заробітної плати, охорони праці та техніки безпеки) нових служб, до завдань яких, крім рутинних, входять питання стимулювання трудової діяльності, професійного просування, управління конфліктами, і навіть вивчення ринку трудових ресурсів.

Тим не менш, як показує аналіз діяльності вітчизняних готелів, рівень підготовки персоналу і відповідно якість послуг, що надаються в українських готелях в більшості випадків поступаються загальноприйнятим світовим стандартам, що обумовлено цілим комплексом причин.

Таким чином, послуги розміщення в туризмі є головними для будь-якого контингенту споживачів. При цьому основними тенденціями розвитку готельної індустрії є: надання робочих місць; вдосконалення системи безпеки; розширення технологій, які використовуються; розширення сфери додаткових послуг;

збільшення кількості готельних комплексів; озеленення готельних комплексів і номерів; впровадження системи навчання персоналу.

Послуги розміщення є продуктом діяльності готелів чи іншого підприємства, призначеного для проживання.

Головною особливістю готельного продукту є те, що клієнт немає права власності на товар, яким користується. Вирізняють основні характерні риси послуг розміщення:

- нероздільність виробництва від споживання послуги. У більшості ситуацій, типових для індустрії готельного господарства, надання послуги потребує присутності і того, хто надає її, і того, кому вона надається. Ця дія відбувається на території виробника, а не споживача. Крім того, персонал, який здійснює послуги, має безпосередній контакт зі споживачем. У процесі надання послуги потрібна активна участь, як від виробника, і від споживача. Клієнт розглядає персонал готелю як невіддільну частину самої послуги. Саме тому, якість готелю визначається значною мірою поведінкою працівників.

- неможливість зберігання. Виробництво послуги зафіксовано у часі та просторі: якщо послугу (готельний продукт) не продано у визначений день, то потенційний дохід втрачається та не може бути заповнений. Послуги не можна складувати, тому що вони розраховані на задоволення реальних потреб, що є в даний момент.

- неможливість виміряти послугу. На відміну від матеріальних товарів, послуги не можна спробувати виміряти, оцінити на смак, на дотик, їх не побачиш і не почуєш до моменту їх безпосереднього надання. Той, хто придбав якусь послугу, в руках нічого не тримає, але в пам'яті утримує багато чого. Людина забирає із собою спогад, яким може поділитися з іншими.

- сезонність коливання попиту. Для готельного ринку характерні коливання попиту залежно від пори року. Більшість туристів відпочивають у літні місяці.

- високі фіксовані витрати. Коли аналізуються звіти готелів щодо прибутків та збитків, стають очевидними високі фіксовані витрати виробництва

та відносно низькі змінні витрати, що є щорічними, які багато в чому не залежать від кількості прийнятих клієнтів за рік.

– непостійність якості. Послуги сфери готельного господарства відрізняються мінливістю, тобто їхня якість залежить від того, хто їх надає і за яких умов. Є кілька причин цієї мінливості. По-перше, послуги такого роду надаються та приймаються одночасно, що обмежує можливість контролювати їхню якість. Тимчасова нестійкість попиту робить проблематичним збереження якості обслуговування у періоди, коли попит стає підвищеним. Багато залежить від стану працівника, що надає цю послугу. Одна і та сама людина може чудово обслужити вас сьогодні і погано – завтра. Причини поганого обслуговування можуть бути різні [8, с. 123].

Послуга – процес, що протікає у часі. Специфіка готелів полягає в тому, що проблеми, що стосуються виробництва, мають вирішуватись швидко. За сучасних умов клієнти вимагають швидкого обслуговування.

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні та додаткові. Вони можуть бути безкоштовними та платними.

До основних послуг належать проживання та харчування. Оформлення тих, хто проживає в готелі та вибуває з нього, має проводитися цілодобово. В організаціях громадського харчування, зв'язку та побутового обслуговування (розміщених у готелі) особи, які проживають у готелі, обслуговуються позачергово.

Без додаткової оплати відвідувачам надаються такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- користування медичною аптечкою;
- доставка у номер кореспонденції, при підписці на неї;
- телефон в номері;
- надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду та столових приладів [10, с. 54].

Окрім обов'язкових та безкоштовних послуг, готелі надають цілий комплекс різноманітних додаткових послуг, які оплачуються додатково. Перелік

та якість надання платних додаткових послуг має відповідати вимогам присвоєної готелю категорії. Для середніх та великих туристичних комплексів із середнім та високим рівнем комфортабельності характерна наявність величезного переліку додаткових послуг:

- послуги організацій комунального харчування (бар, ресторан, кафе, буфет, пивний бар);
- магазини (сувенірний, продуктовий), торговельні автомати;
- інфраструктура розваг (дискотека, казино, нічний клуб, зал гральних автоматів, більярдна);
- екскурсійне обслуговування, послуги гідів-перекладачів;
- організація продажу квитків у театри, цирк, на концерти тощо;
- догляд за дітьми, надання послуг гувернерів та нянь, які говорять рідною для дитини мовою;
- догляд за тваринами, які здійснюють подорож разом із господарями;
- транспортні послуги (бронювання квитків на всі види транспорту, замовлення автотранспорту на замовлення гостей, виклик таксі, прокат автомобілів);
- купівля та доставка квітів;
- продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;
- побутове обслуговування (ремонт та чищення взуття; ремонт та прасування одягу;
- послуги хімчистки та пральні;
- зберігання речей та цінностей;
- розвантаження, завантаження та доставка багажу в номер;
- прокат предметів культурно-побутового призначення – телевізори, посуд, спортивний інвентар та ін.;
- ремонт годинників, побутової техніки, радіоапаратури, послуги перукарні, манікюрного та масажного кабінетів та інші побутові послуги);
- послуги салонів краси та перукарень;

- сауна, лазня, басейни, тренажерний зал;
- оренда залів переговорів, конференц-зали;
- послуги бізнес-центру;
- обмін валюти;
- інші послуги [9, с. 88].

Система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається у готельному господарстві сервісом. Сервіс потрібно будувати не лише за принципом попиту (що хоче гість), а й за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість обирає). Але не можна нав'язувати послуги. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, які не передбачені договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Перелік послуг залежить від категорії готелів. Не в усіх готелях є можливість організовувати побутове обслуговування гостей та надавати повний перелік послуг. Однак усюди маємо прагнути до того, щоб набір послуг повністю відповідав запитам гостей.

Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватись у доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах має бути інформація про те, як і де отримати послуги, години роботи мають бути зручними для гостей.

Варто зазначити, що при наданні послуг важливою є не лише їх кількість, а й якість. Тому в багатьох готелях при від'їзді просять заповнити невеликі анкети, які здаються в службу прийому та розміщення, а потім їх вивчають у службі реклами та маркетингу.

## **1.2 Організація обслуговування іноземних туристів**

Стандартна модель обслуговування будь-якого клієнта готелю складається з зустрічі, реєстрації, вручення ключа та супроводу до номера. При прийомі іноземних гостей слід враховувати специфічні особливості обслуговування.

Розглянемо цю модель поетапно:

1 етап. Зустріч гостя

Можливі два види зустрічі:

- в аеропорту або на вокзалі (на далеких підступах);
- біля входу в готель або у вестибюлі (на ближніх підступах). Зустріч на далеких підступах дозволяє до прибуття в готель познайомитися з гостем, скласти або скоригувати програму обслуговування, розповісти про готель та послуги. Про таку зустріч домовляються під час бронювання.

Здійснюють функції бронювання або менеджери відділу бронювання готелю, або безпосередньо служба прийому та розміщення гостей.

Існує кілька способів забронювати номер: письмовий, усний або інтернет. У будь-якому випадку у заявці клієнта, який бронює номер, повинні зазначатися такі відомості:

- число и категорія номера;
- терміни проживання в готелі;
- прізвище, ім'я, по батькові клієнта;
- форма оплати.

У правилах надання готельних послуг в Україні не визначається розмір плати за бронь. Цей розмір встановлюється адміністрацією готелю. Як правило, він становить від 30% до 50% від тарифу номера чи місця у номері за добу. Система онлайн-бронювання Hotelslobby.com – це система онлайн-бронювання готелів та баз відпочинку з можливістю організації турів та відряджень. При онлайн-бронюванні готелю, бази відпочинку або туру надається кілька видів оплат. Система Hotelslobby.com призначена для пошуку відповідного готелю та місця для дозвілля.

Зустріч гостей в аеропорту або на вокзалі. Як правило, послуга «зустріч гостей на вокзалі або в аеропорту» включає наступні етапи:

- подача автомобіля або іншого транспортного засобу (на вибір замовника, залежно від кількості гостей);
- організована зустріч кваліфікованими кур'єрами з табличкою компанії або прізвищем зустрічаючого;
- доставка гостей до вказаного пункту призначення.

Також замовники повинні знати, що послуга «зустріч гостей» здійснюється цілодобово, а час зустрічі не впливає на вартість даного сервісу.

Якщо дана послуга є основним видом сервісу транспортної або кур'єрської компанії, то у вартість сервісу може входити і проведення екскурсійної програми у супроводі гідів українською, англійською або будь-якою іншою мовою на запит замовника або гостя. Цією послугою резонно скористатися клієнтам, які чекають на прибуття ділових партнерів з-за кордону, оскільки іноземним гостям буде дуже цікаво познайомитися з визначними пам'ятками міста та зберегти приємні спогади про свій візит до Вас. Таким чином, навіть найдосвідченіші та найвибагливіші мандрівники гідно оцінять Вашу увагу та турботу.

У готелях високого класу гостей зустрічає швейцар, який вітає їх на вході. У невеликих готелях гість підходить до стійки служби прийому та розміщення, де його вітає адміністратор. Якщо клієнт приїжджає в готель не вперше, то бажано звернутися до нього на ім'я. Це справить позитивне враження.

## 2 етап. Реєстрація гостя

Процес реєстрації іноземних туристів зовсім інший, оскільки для в'їзду в країну їм потрібна віза (спеціальний дозвіл уряду на в'їзд-виїзд, проживання чи транзитний проїзд через її територію), яка трохи ускладнює обслуговування та потребує дуже уважного ставлення. Оскільки після прибуття до пункту призначення в'їжджаючий зобов'язаний протягом трьох діб, виключаючи свята та вихідні дні, подати свій паспорт для реєстрації. Реєстрація іноземних туристів у готелі здійснюється відповідно до Правил перебування іноземних громадян у країні.

До заповнення бланка повідомлення про прибуття іноземного громадянина на місце перебування пред'являються певні вимоги:

1. Бланк Повідомлення про прибуття іноземного громадянина на місце перебування має бути заповнений тільки українською мовою друкованими великими літерами (зразки літер та цифр наводяться на бланку повідомлення) розбірливо.

2. Форма бланка заповнюється яскравим чорним або темно-синім чорнилом.

3. Кожне поле у бланках заповнюється, починаючи з першої позиції (у тому числі й поля для занесення прізвища, імені та по батькові іноземного громадянина або сторони, що приймає).

Категорично забороняється:

Робити в полях бланка, поза полями бланка або полями, заповненими друкарським способом будь-які записи та позначки, що не належать до змісту полів бланка;

Використовувати для бланку кольорові ручки замість темно-синьої або чорної, олівець (навіть для чорнових записів на бланку), засоби для виправлення внесеної до бланку інформації («замазку» та ін.).

Бланк вважається недійсним, якщо наступні поля не заповнені:

- Прізвище іноземного громадянина;
- Ім'я іноземного громадянина;
- Громадянство іноземного громадянина;
- Рік народження іноземного громадянина;
- Документ, що задовольняє особу: вид, номер, дата видачі;
- Мета в'їзду;
- Дата в'їзду в Україну
- Термін перебування до;
- Відомості про місце перебування;
- Відомості про сторону, що приймає;
- Дата вибуття.

Реєстратор служби прийому та розміщення слідкує за тим, щоб іноземні гості своєчасно продовжували терміни дії своїх віз. Нагадування про це робиться в усній чи письмовій формі англійською мовою або мовою, якою володіє гість. Іноземний гість повинен або сам звернутися за продовженням візи до відповідних органів (зазвичай це консульські відділи при посольствах), або скористатися послугою готелю, де це надається).

Дотримання порядку реєстрації іноземних громадян у готелі регулярно контролюється представниками територіальних органів. При прибутті комісії до готелів начальник служби прийому та розміщення або його заступник повинні бути негайно повідомлені. Вся документація, пов'язана з реєстрацією іноземних громадян, має бути в наявності та доступна перевіряльникам.

На кожного гостя має бути заведений реєстраційний бланк. Для очікуваного гостя (того, хто резервував номер у готелі) реєстраційний бланк готується заздалегідь. Службовець, який виконує реєстрацію, переносить всю необхідну інформацію про клієнта до реєстраційного бланку з листа заїзду на поточний день, який був підготовлений відділом бронювання. Для walkinguest реєстраційний бланк заповнюється безпосередньо при в'їзді. Реєстраційний бланк може містити таку інформацію:

- Номер кімнати;
- Дату приїзду;
- Дату від'їзду;
- Тип замовлення;
- Число гостей;
- Категорію номера;
- Час перебування;
- Тариф номера;
- Номер замовлення (номер броні);
- ПІБ гостя;
- Місце проживання;
- Місце роботи;

Професію;

Дату народження;

Метод оплати (готівкою, кредитною картою, ваучером, оплата фірмою).

Як правило, на зворотному боці реєстраційного бланка міститься інформація про правила протипожежної безпеки та дії на випадок пожежі.

Також у реєстраційному бланку можуть бути зазначені деякі правила та умови стягнення оплати за готельні послуги суми реєстраційних зборів. Так, у рахунок іноземця включається державне мито у розмірі 20%, якщо це перший пункт реєстрації після перетину кордону. За дипломатичною візою мито не стягується. Є готелі, які нагадують у реєстраційному бланку про те, що готель не несе відповідальності за цінні речі, які залишені в номері. Гостю пропонується ознайомитись та підписати реєстраційний бланк. Підписуючи його, він тим самим укладає з готелем своєрідний договір, підтверджуючи, що він погоджується з видом розміщення, тривалістю проживання, вартістю та умовами проживання.

На звороті реєстраційного бланка є місце, де реєстратор фіксує дату повернення паспорта та візи власнику після реєстрації.

Видавати зареєстрований паспорт потрібно особисто власнику. Необхідно переконатися, що паспорт, що видається, належить даному іноземцю. Для цього необхідно видавати його у відкритому вигляді на сторінці з фотографією, щоб власник та реєстратор переконалися, що це саме потрібний паспорт. Гість забирає документи, ставлячи свій підпис, тим самим реєстратор зніме з себе відповідальність за збереження документів. Реєстраційний бланк є джерелом інформації про гостя, яка допомагає у подальшій маркетинговій роботі, а також використовується при повторному обслуговуванні гостя.

Адміністрація готелю має оформити відповідні документи та розмістити групу іноземних туристів у кількості до 40 осіб не більше ніж за 15 хв, до 100 – не більше ніж за 40 хв, понад 100 осіб – у межах години.

З метою скорочення часу оформлення туристів адміністрація готелю може своєчасно повідомити турфірму перелік номерів, призначених для розміщення

туристів. По дорозі до готелю гід-перекладач спільно з керівником групи проти кожного номера проставляє прізвища туристів, розміщених у ньому, і після прибуття в готель передають список порт'є.

Адміністрація готелю контролює звільнення номерів, зайнятих туристами, у день їхнього від'їзду на батьківщину з дотриманням встановленої робочої години (о 12.00 за місцевим часом), якщо немає спеціальних вказівок. При виїзді з готелю гід-перекладач сприяє поверненню іноземним туристам ключів від номерів у службу порт'є.

Іноземні туристи розміщуються, зазвичай, в одно - двомісних номерах відповідно до умовами договору. Керівнику групи надається одномісне розміщення в одно або двомісному (за відсутності одномісних) номері. Розміщення в одному номері іноземних туристів із різних груп та країн допускається лише за згодою самих туристів. Гідам-перекладачам по можливості надається одномісне розміщення.

Крім того, на прохання туристів та за наявності вільних місць може бути надано додатково одномісне розміщення в одно- чи двомісному номері, а також номерах вищої категорії за умови оплати туристом різниці вартості за готівку.

Процес реєстрації іноземних гостей є дуже важливим, тому на його надання спеціальна образність особливий вплив.

### 3 етап. Вручення ключа та супроводу до номера

Після оформлення туристам вручаються візитні картки готелю, багажні бирки та ключі від номерів. На багажних бірках мають бути вказані прізвища туристів та номери їх кімнат. Туристи самі прикріплюють бирки до своїх валіз.

Номери готелів, у яких розміщуються іноземні туристи, мають бути забезпечені буклетами даного готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонної служби, пам'яткою протипожежної безпеки українською національною та англійською мовами. різної кольорової гами.

Кожному іноземному туристу (крім випадків, коли згідно з умовами туру піднесення багажу не передбачено) при розміщенні в готелі, а також при від'їзді

з готелю має бути забезпечене піднесення багажу з автобуса в номер і назад (до 2 місць багажу на одного туриста). Дані про кількість місць віднесеного багажу підтверджуються гідом-перекладачем у спеціальному журналі. Піднесення багажу понад кількість передбачених умов праці, а також піднесення багажу у великих габаритах його власники повинні оплачувати додатково за чинним прейскурантом. Рознесення багажу групи туристів за номерами не повинно тривати понад 30 хв.

Відповідальність за організаційну роботу, пов'язану із своєчасною доставкою багажу при заїзді та виїзді туристів, покладається на адміністрацію готелю. Винесення багажу з номерів при від'їзді туристів здійснюється піднощиком багажу відповідно до виданої бригадиру піднощиків (або іншій особі, відповідальній за піднесення багажу) відомості на винесення та відправлення багажу. Транспортування багажу в готелі, навантаження та вивантаження його з транспорту повинні виконуватися акуратно, без пошкоджень.

Адміністрація готелю несе відповідальність перед туристами за збереження їхнього багажу з моменту його прийому від водія та протягом усього періоду проживання туристів у готелі, а також до повного завантаження багажу в автотранспорт.

#### 4 етап. Обслуговування у номерах.

Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетного приладдя перевіряються адміністрацією перед заїздом кожної групи. Готовність номерного фонду має бути забезпечена не менш як за 2 години до заїзду групи.

Заселення іноземних туристів до непідготовлених номерів не допускається. Відповідальність за якість підготовки номерів доручається адміністрацію готелю.

Адміністрація готелю має суворо стежити за підтриманням чистоти в номерах та громадських місцях. Прибирання номерів повинно проводитись щодня без туристів.

У номерах, у яких наявність телевізора, холодильника та інших побутових приладів не передбачено нормативами, ці прилади надаються на прохання туристів за додаткову плату.

Зміна постелі здійснюється в номерах вищої категорії щодня, в інших номерах - не рідше 1 разу на три дні. Використані рушники змінюються щодня, незалежно від категорії номера. Не допускаються використання старої, з дірками та плямами постільної білизни та рушників. У дво-, тримісних номерах рекомендується вішати рушники різної кольорової гами.

#### 5 етап. Надання додаткових послуг

Додаткові послуги надаються з метою створення максимальних зручностей туристам, які проживають у готелі, повнішого задоволення їх запитів. Технологія надання додаткових послуг має передбачати раціональне розміщення служб у готелі з метою спрощення та скорочення до мінімуму процедури оформлення замовлень на послуги.

Служби готелю, що беруть участь у наданні послуг, повинні працювати в тісній взаємодії, що виключає випадки повторного звернення туристів з одного питання. У разі неможливості надання послуг повинні бути пояснені причини та по можливості запропоновані натомість рівноцінні послуги.

Якщо заздалегідь заявлене та оплачене туристами обслуговування не повинно бути надано, інтуристам має бути запропоновано рівноцінну послугу. У разі неможливості надання послуги або заміни її на рівноцінний у «аркуші позначок» до ваучера робиться відповідний запис.

У готелях має бути організований цілодобовий продаж мінеральної, фруктові води, кондитерських та тютюнових виробів, чаю, кави, сувенірної продукції.

Туристи, які проживають у готелі, обслуговуються на підприємствах харчування, зв'язку, перукарні та інших, розташованих у готелі пунктах побутового та культурного обслуговування насамперед.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛІ «СЛАВУТИЧ»**

### **2.1. Організація обслуговування іноземних туристів в готелі «Славутич»**

Готель «Славутич» було збудовано у 2012 році. Він знаходиться у парковій зоні, у центрі міста Славутич.

Сучасний підхід до оформлення готелю, його сервісу та послуг створює найкращі умови для плідної роботи та повноцінного відпочинку.

Готель «Славутич» – це 39 затишних та просторих номерів різних категорій.

Гостинний та привітний персонал забезпечить якісний сервіс та оперативне обслуговування.

Типи номерів:

Стандартні номери, бізнес номери.

Опис номерів:

Свіжий та світлий внутрішній дизайн номерів сповнений яскравих фарб та відповідає міжнародним стандартам. У номерах є високошвидкісний доступ до Інтернету (включаючи бездротовий); плазмові телевізори з платними місцевими та міжнародними каналами; система прямого набору телефонних номерів; автоматичні сейфи, фени для укладання волосся.

Оснащення номерів категорії Стандарт:

- Безкоштовний дротовий та бездротовий доступ до Інтернету
- Телевізори з рідкокристалічним екраном
- Супутникове та платне телебачення з широким вибором програм
- регульована система індивідуального кондиціонування
- Безкоштовний індивідуальний сейф
- Великий письмовий стіл

- Телефон із функцією голосової пошти
- міні-бар
- фен
- підігрівна підлога у ванній

Додатково у номерах категорії Бізнес:

- Площа номера 24 кв.
- Велика робоча зона
- халат і тапочки
- чай/кава в номері
- Комплімент від готелю
- Безкоштовні безалкогольні напої в міні-барі
- безкоштовний пізній виїзд до 15.00 за наявності номерів

Інфраструктура готелю:

- кімната для переговорів;
- конференц-зал на 80 осіб;
- бізнес центр.

Типи харчування:

- буфет із континентальним сніданком.

Безкоштовний сервіс:

- цілодобове обслуговування;
- кімнати для некурців;
- кімнати та обладнання для людей з фізичними вадами;
- Нові газети.

Платний сервіс:

- автостоянка;
- прокат автомобілів;
- Виклик таксі;
- кімната для зберігання багажу;
- Обслуговування номерів;

- хімчистка;
- пральня;
- Організація екскурсій;
- Візова підтримка для іноземних гостей;
- послуги перекладача;
- послуги секретаря;
- доступ в Інтернет;
- Факс;
- Принтер.

Розваги та спорт:

- Екскурсії;
- Прогулянки.

Для дітей:

- дитяче ліжечко.

Ресторани, бари:

– сучасний ресторан пропонує різноманітні страви на грилі та шедеври традиційної місцевої кухні. До меню ресторану входять страви з низьким вмістом жиру, вегетаріанські страви;

– лобі-бар: оазис комфорту, відмінне місце, щоб насолодитися келихом вина або легкою закускою. Відкрито протягом 24 годин [21, с. 18].

Безперечно, в цьому готелі зупиняється велика кількість іноземних гостей, але найчастіше в готелі «Славутич» зупиняються туристи зі США.

Зрозуміло, особливості національного характеру не можна абсолютизувати і говорити про те, що вони притаманні всім представникам тієї чи іншої нації. Але, безсумнівно, є кілька рис, якими неважко відрізнити американця.

Американська посмішка. Американець життєрадісний або, принаймні, усміхнений, особливо на роботі. Бути похмурим на роботі – не прийнято. Для американців характерні гарний настрій, енергійність, зовнішній вияв

дружелюбності та відкритості. Вони люблять атмосферу не надто офіційну при ділових зустрічах, відносно швидко переходять на звернення на ім'я, цінують жарти та добре реагують на них, пунктуальні.

Американський спосіб життя . Оскільки американці - великі патріоти своєї країни, то вони не схвалюють будь-які критичні зауваження, які висловлюють іноземці на адресу чогось американського, наприклад, з приводу опублікованої статті в американській газеті чи журналі. Американці можуть не схвалювати політику свого президента, але не допустять, щоб його критикували іноземці. Ці люди щиро вірять, що американський спосіб життя – найвище досягнення людства, а Сполучені Штати – найважливіша країна світу. При цьому американці народ законослухняний – вони поважають існуючі у них закони та владу. В останні роки американці все більше уваги приділяють раціональному харчуванню та здоровому способу життя. Куріння не вітається, а часом і просто вважається непристойним. У своєму раціоні американці, особливо середнього віку та літні, все частіше намагаються звести до мінімуму продукти, що містять холестерин, віддають перевагу фруктам, овочам. Втім, і традиційна американська їжа у вигляді сендвіч користується великою популярністю. Американці зберігають час і цінують пунктуальність. Вони користуються щоденниками та живуть за розкладом, точно приходять на призначену зустріч. Переговори можуть бути дуже короткими - від півгодини до години і, як правило, йдуть віч-на-віч. Під час переговорів американці, зазвичай, прагнуть неформальної атмосфері, намагаються суворо дотримуватися протоколу. Між членами американської делегації досить поширені партнерські відносини. Часто вони звертаються один до одного на ім'я незалежно від віку та статусу. Аналогічне звернення можливе і до закордонних партнерів. Це означає, що відносини мають не лише діловий, а й дружній характер. Американці цінують і люблять жарти, намагаються підкреслити дружелюбність та відкритість. Американці не люблять манірності, віддають перевагу зручному повсякденному одягу, звертаються один до одного просто, неофіційно, навіть якщо між співрозмовниками велика різниця у віці та громадському

становищі. Вони люблять змагання, цінують досягнення, рекорди. Хоча їхня поведінка цілком природна, з боку вона може здатися владною, нав'язливою.

Харчування – одна з основних видів послуг, що надаються іноземним туристам. Від організації та якості їх обслуговування в ресторанах, кафе та їдалень багато в чому залежать їх враження від поїздки [15, с. 13].

Для груп іноземних туристів необхідно дотримуватися встановленого режиму харчування: сніданок – з 8.00 до 10.00, обід – з 12.00 до 15.00, вечеря – з 17.30 до 19.30.

Туристичні фірми укладають договори з ресторанами та іншими підприємствами громадського харчування на організацію харчування іноземних туристів. У договорах визначають період обслуговування відповідно до кількості виділених місць, умови забезпечення харчуванням, вартість денного раціону, умови та порядок розрахунку.

Для обслуговування іноземних туристів виділяють окремі зали або необхідну кількість столів у залі, на столи ставлять національні прапорці. Якщо в залі харчуються туристи різних класів, їх розміщують за окремими столами. Групам туристів харчування надається за домовленістю у певний час. Для індивідуальних туристів необхідно мати резерв столів у залі, оскільки вони можуть приходити будь-коли під час роботи ресторану. Їм надається харчування за меню ресторану.

Для груп туристів меню сніданку, обіду, вечері складаємо і напередодні та узгоджується з керівником групи.

Обслуговування туристів має бути чітким, швидким і не перевищувати під час сніданку та вечері – 30 хв, під час обіду – 40 хв. З цією метою при обслуговуванні груп туристів одного офіціанта передбачають 10-15 туристів, а індивідуальних – трохи більше 8 людина.

Метрдотель та офіціанти, які обслуговують іноземних туристів, повинні володіти іноземними мовами (англійською, німецькою, французькою) в обов'язку, необхідному для виконання своїх обов'язків. Вони повинні вміти вітати туристів іноземною мовою, надавати індивідуальним туристам допомогу у виборі страв

та напоїв, давати характеристику страв та напоїв, зазначених у меню, відповідати на питання щодо порядку обслуговування, пояснювати порядок розрахунку, називати вартість страв та напоїв.

Харчування туристам, що подорожують індивідуально, надається за готівку і за кредитними картками деяких іноземних фірм, перелік яких має бути в ресторані.

З метою прискорення обслуговування іноземних туристів організується «шведський стіл».

У тих випадках, коли складається меню для туристів, дуже часто пропонують туристам вранці стандартний європейський сніданок.

При складанні меню враховують національні уподобання та звички в харчуванні іноземних туристів.

Для прискорення обслуговування груп туристів попередньо (за 10-15 хв) на столи ставлять воду фруктову, мінеральну чи кип'ячену з льодом, і навіть хліб, булочки, джем, холодні закуски, кисломолочні продукти, солодкі страви. Перші страви доставляють у зал на візках у порцелянових супницях, що ставлять на столи, туристи самі розливають суп у тарілки; другі страви приносять у зал порційні у тарілках [7, с. 19].

Особливості харчування залежать від історичного та економічного розвитку народу, географічних умов країни, національних звичаїв та віросповідання. Тому при складанні меню для іноземних туристів необхідно вивчити їх звичаї, особливості та режим харчування. Так, у меню країн, що межують з океанами та морями, значне місце займають риба та продукти моря, а у стравах національних кухонь країн, віддалених від моря, – продукти тваринництва та лісового промислу.

При організації харчування іноземних туристів слід мати на увазі, що більшість людей у всіх країнах світу харчуються тричі на день. У багатьох країнах сніданок легкий (Англія, Італія, Франція та ін.). У низці країн (Англія, США, Франція, Канада та ін.) прийнято другий сніданок (ленч). Часом він збігається з нашим обідом, відрізняється відсутністю перших страв, складається

з закусок, других страв, десерту. Обід відповідає нашій вечері та включає закуски, суп, гарячу другу страву, десерт та чорну каву. А ось туристи з Польщі люблять пісний сніданок, з Угорщини – легкий обід. Легка вечеря має бути у поляків, італійців, а щільна – в угорців, чехів, англійців, французів. Потрібно також враховувати, що європейці під час їжі п'ють мінеральну або фруктову воду, а японці та корейці найчастіше мінеральну воду не вживають.

Перелік додаткових послуг готелю «Славутич» з організації прийому іноземних туристів:

- тури у супроводі кваліфікованих гідів та перекладачів, екскурсії іноземними мовами;
- індивідуальні та VIP-тури, з урахуванням національних особливостей прийому іноземних туристів;
- візова підтримка;
- бронювання готелів;
- діловий туризм – сервісне обслуговування бізнес-семінарів та конференцій, бронювання квитків на міжнародні та національні ярмарки та експозиції;
- транспортні послуги – трансфери в готелі, оренда транспорту (легкові автомобілі, автобуси та міні автобуси, яхти та катери);
- організація харчування у кращих традиціях української кухні, і навіть враховуючи гастрономічні особливості прийому іноземних туристів;
- відвідування відомих театрів, музеїв та виставкових центрів.

#### 6 етап. Розрахунок

Персонал готелів, безпосередньо зайнятий обслуговуванням іноземних туристів, повинен мати відповідну професійну підготовку, володіти іноземними мовами в необхідному обсязі, бути ввічливим, запобіжним, мати охайний зовнішній вигляд, суворо дотримуватись правил санітарії та особистої гігієни, втім, в останні якості необхідні в роботі та з туристами. Формовий одяг, нагрудний знак готелю – все це необхідні атрибути персоналу. Працівникам

служби прийому бажано знати 2-3 іноземні мови. Метрдотелі, офіціанти, бармени повинні володіти не менш як однією європейською мовою. До бригади зазвичай включають офіціантів зі знанням різних мов.

## **2.2 Порядок складання меню для іноземних туристів. Характерні відмінності в приготуванні страв**

Туристичні фірми укладають договори з ресторанами та іншими підприємствами комунального харчування організацію харчування іноземних туристів.[6] У договорах визначають період обслуговування відповідно до кількості виділених місць, умови забезпечення харчуванням, вартість денного раціону, умови та порядок розрахунку.

Для обслуговування інтуристів виділяють окремі зали або необхідну кількість столів у залі, на столи ставлять національні прапорці. Якщо в залі харчуються туристи різних класів, їх розміщують за окремими столами. Групам туристів харчування надається за домовленістю у певний час. Для індивідуальних туристів необхідно мати резерв столів у залі, оскільки вони можуть приходити будь-коли під час роботи ресторану. Їм надається харчування за меню ресторану.

Туристам дуже часто пропонують вранці туристам стандартний європейський сніданок.

При складанні меню враховують національні уподобання та звички в харчуванні іноземних туристів. (Див. Додаток 3).

Для прискорення обслуговування груп туристів попередньо (за 10-15 хв) на столи ставлять воду фруктову, мінеральну або кип'ячену з льодом, а також хліб, булочки, джем [3, с. 97].

Обслуговування туристів має бути чітким, швидким і не перевищувати під час сніданку та вечері – 30 хв, під час обіду – 40 хв. З цією метою при обслуговуванні груп туристів одного офіціанта передбачають 10-15 туристів, а індивідуальних - трохи більше 8 людина.

Метрдотель та офіціанти, які обслуговують іноземних туристів, повинні володіти іноземними мовами (англійською німецькою, французькою) в обов'язі, необхідному для виконання своїх обов'язків. Вони повинні вміти вітати туристів іноземною мовою, надавати індивідуальним туристам допомогу у виборі страв та напоїв, давати характеристику страв та напоїв, зазначених у меню, відповідати на питання щодо порядку обслуговування, пояснювати порядок розрахунку, називати вартість страв та напоїв.

Харчування туристам, що подорожують індивідуально, надається за готівку і за кредитними картками деяких іноземних фірм, перелік яких має бути в ресторані.

З метою прискорення обслуговування іноземних туристів організується "шведський стіл".

У тих випадках, коли складається меню, холодні закуски, кисломолочні продукти, солодкі страви. Перші страви доставляють до зали на візках у порцелянових супницях, які ставлять на столи, туристи самі розливають суп у тарілки; другі страви приносять у зал порційовані у тарілках.

Особливості харчування залежать від історичного та економічного розвитку народу, географічних умов країни, національних звичаїв та віросповідання. Тому при складанні меню для іноземних туристів необхідно вивчити їх звичаї, особливості та режим харчування. Так, у меню країн, що межують з океанами та морями, значне місце займають риба та продукти моря, а у стравах національних кухонь країн, віддалених від моря, – продукти тваринництва та лісового промислу.

При організації харчування іноземних туристів слід мати на увазі, що більшість людей у всіх країнах світу харчуються тричі на день. У багатьох країнах сніданок легкий (Англія, Італія, Франція та ін.). У низці країн (Англія, США, Франція, Канада та ін.) прийнято другий сніданок (ленч). Часом він збігається з нашим обідом, відрізняється відсутністю перших страв, складається з закусок, других страв, десерту. Обід відповідає нашій вечері та включає закуски, суп, гарячу другу страву, десерт та чорну каву. А ось туристи з Польщі

люблять пісний сніданок, з Угорщини – легкий обід. Легка вечеря має бути у поляків, італійців, а щільна - у угорців, чехів, англійців, французів. Потрібно також враховувати, що європейці під час їжі п'ють мінеральну або фруктову воду, а японці та корейці найчастіше мінеральну воду не вживають.

Потрібно врахувати також, що багато іноземців із задоволенням замовляють український борщ, млинці зі сметаною чи ікрою, шашлик та інші страви.

Складаючи меню та пропонуючи іноземним туристам страви національної кухні народів нашої країни, потрібно враховувати не тільки особливість кухонь зарубіжних країн, а й застосовувані способи обробки продуктів, заправки страв спеціями та приправами, поєднання продуктів із соусами та гарнірами тощо.

Іноземні туристи, подорожуючи нашою країною, охоче знайомляться зі стравами української кухні, різноманітний асортимент яких може задовольнити будь-які смаки. У зв'язку з цим немає потреби для туристів готувати страви іноземних кухонь. Слід лише знати особливості харчування іноземних туристів для того, щоб скласти для них меню з урахуванням національних традицій та звичок.

Особливості харчування залежать від історичного та економічного розвитку народу, географічних умов країни, національних звичаїв, віросповідання.

При організації харчування іноземних туристів слід мати на увазі, що більшість людей у всіх країнах світу харчуються тричі на день. У багатьох країнах сніданок складається з фруктового соку, олії, джему чи варення, хліба-тосту, булочок, сосисок чи омлету, шинки з гарніром, кави чи чаю. Такий сніданок прийнято називати європейським.[14]

У низці країн: Англії, США, Франції, Канаді прийнято сніданок, так званий ленч. За часом він відповідає нашому обіду та відрізняється від нього відсутністю перших страв. Він складається з закусок, других гарячих (м'ясних, рибних, овочевих) страв, десерту та чорної кави, яка завершує прийом їжі. Третій

прийом їжі (обід) відповідає нашій вечері і складається з закусок, супу, гарячих других страв, десерту та чорної кави.

Слід враховувати, що для туристів з Угорщини, Чехії, Словаччини, Англії, Італії, Франції, Китаю, Латинської Америки сніданок має бути легким, а з Польщі щільним. Люблять легкий обід угорці. Легку вечерю воліють поляки, італійці та ін., а щільну - угорці, чехи, англійці, французи та ін. Туристи з Франції, Австрії, Китаю, Індії їдять невеликими порціями. При обслуговуванні туристів на столи слід ставити мінеральну чи фруктову воду чи пиво. У літній період на всі столи обов'язково подається кип'ячена вода в глечиках з льодом. При складанні меню слід враховувати: **Англії** люблять м'ясні натуральні страви, птицю, рибу, гастрономічні рибні товари. Риба та овочі частіше вживаються у вареному вигляді, м'ясо - у закопченому або обсмаженому (на вугіллі, на сковороді). Охоче їдять різні овочеві салати, картопля смажена, картопляне пюре, вівсяну кашу. Одна з улюблених страв - фарш, його смажать і запікають із цибулею та перцем; традиційними є страви з яєць, велике місце у харчуванні англійців займають різні пудинги, сандвічі та канапе. З перших страв найбільш поширені бульйони та супи-пюре. Фрукти та ягоди у свіжому та консервованому видах англійці вживають у великій кількості. Їх використовують на десерт і для приготування страв та гарнірів. З напоїв – чай, його п'ють солодким із молоком.

Туристи зі **США, Канади** - воліють страви, виготовлені з напівфабрикатів, готових консервованих виробів. Як закуски широко застосовуються сандвічі та сосиски. В американській кухні представлені всі види м'яса та рибопродуктів. Широко використовуються овочі, фрукти, молочні продукти, яйця, з круп – рис, вівсяна крупа, кукурудзяні

пластівці. Національним напоєм є кава. При обслуговуванні американців слід зважити, що вони не люблять гарячої їжі. Сметана до страв повинна подаватись окремо, напої рекомендується подавати окремо, напої рекомендується подавати сильно охолодженими.

**Кухня народів Арабських країн (Єгипту, Алжиру, Сирії, Іраку, Саудівської Аравії, Лівану, Лівії )** характеризується широким використанням баранини, козлятини, телятини, птиці, бобових, рису, овочів, свіжих та консервованих фруктів. Значне місце займають страви з риби, яєць, молочнокислі продукти, особливо сири, що нагадують бринзу. У великих кількостях застосовується цибуля, часник, оливки, пер чорний і червоний, кориця, ароматичні трави. Для приготування їжі використовується оливкова олія. З напоїв – чай, кава, кип'ячену воду з льодом, різні соки.

**Болгарська кухня** близька до кавказької. Відрізняється використанням великої кількості свіжих та маринованих овочів та фруктів, баранини, спецій та приправ (оцет, томатні гострі соуси, червоний та чорний перець), використовується яловичина, птах, меншою мірою свинина. Риба готується смаженою чи запеченою. У великій кількості для приготування страв застосовується часник, цибуля, кріп, петрушка, а також сметана, сир, молоко. У широкому асортименті готуються вироби із тіста. Болгари їдять лише білий хліб, п'ють чорну каву або каву по-східному.

**Угорці** люблять гостру їжу, широко використовують сметану, гострі сири, цибулю, перець. Другі страви готують лише на свинячому салі; з іншими стравами їдять салати з маринованих овочів, що подаються окремо. Їдять страви з яловичини, нежирної свинини, субпродуктів, прісноводної риби. Люблять солодкі страви з макаронних виробів, пироги з ягодами та сиром, посипані цукровою пудрою. Угорці вживають багато рідини, їдять лише білий хліб. Перед сніданком п'ють чай з молоком, після десерту міцну чорну каву, до якої подається содова вода. П'ють мінеральну та фруктову воду.

**Італійська кухня** характеризується широким асортиментом макаронних виробів. До них подається олія, тертий сир, а також різноманітні соуси. При приготуванні страв та салатів використовується оливкова олія. Як гарнір подаються різні овочі, у тому числі пряні. Італійці охоче їдять страви з натурального м'яса, м'ясні страви з соусами, страви з різних нерибних морепродуктів (краби, омари, лангусти, восьминоги, каракатиці та ін.), люблять

сир, маслини свіжі фрукти, горіхи, фініки, бісквітні , Чорна кава. Після десерту їдять сир та п'ють чорну каву.

**Індійська кухня** має переважно вегетаріанський характер. Страви здебільшого гострі та пряні у зв'язку з вживанням великої кількості спецій, прянощів, приправ, соусів. Споживання м'яса в Індії пов'язане з розподілом населення за віросповіданням на індусів та мусульман.

**Мусульмани** не їдять свинину, але дуже люблять баранину, козлятину. Індуси не їдять яловичини. Більшість індусів їжа складається з овочів, рису, бобових, молока, молочних продуктів, яєць. Індійці люблять солодощі, морозиво, фрукти, варення, фруктові соки та воду. Улюблений напій – міцний гарячий чай.

**Чеська кухня** характеризується великою кількістю страв із свинини та продуктів її переробки (шинка, сосиски). Широко поширені страви з натурального м'яса – яловичини, телятини, птиці, дичини. Чехи люблять омлети, яєчні, яєчні страви, молочнокислі продукти, солодкі страви та кондитерські вироби, приготовані зі збитими вершками у поєднанні з шоколадом та ваніліном, п'ють каву чорну та з молоком, пиво. Відмінною рисою чеської кухні є широкий асортимент холодних страв та закусок бутербродів із різними масами (помазанками).

**Кухні Боснії, Герцеговини, Сербії, Хорватії** відрізняються гострими м'ясними стравами з усіх видів м'яса, а також субпродуктів, використовуючи свинячий жир для приготування страв. Широко представлені рибні та страви з продуктів моря, овочі, салати, зелень. Рибу готують смажену, тушковану та запечену. Як гарнір: рис, макаронні вироби. Перші страви – пюреподібні супи, заправні супи, бульйони. Основний гарячий напій – кава.

**Румунська кухня** характеризується стравами з овочів, кукурудзи, натурального м'яса - головним чином яловичини, свинини, птиці, запечених на рашпилі або рожні, а також використанням у великих кількостях солодкого та гострого перцю. Румуни люблять рибу, вироби із борошна. На гарнір крім відварених та смажених овочів подаються мариновані та солоні овочі. Салати

їдять заправлені оцтом та олією. Готують овочеві супи, бульйони з рисом, манною крупою, галушками. Типовою румунською стравою є кукурудзяна каша (мамалига). Румуни п'ють багато кави.

**Кухні Скандинавських країн (Данії, Норвегії, Швеції)** відрізняються великою кількістю страв із риби, різними бутербродами, широким застосуванням молока та молочних продуктів, круп для приготування каш, приготування страв із борошна (млинці, пироги, пончики). Значне місце займають страви з яловичини, телятини, свинини, варені чи тушковані. Улюблений напій скандинавських народів кави.

**Французька кухня** відрізняється різноманітністю страв, що готуються різними способами з різноманітних продуктів та споживаних невеликими порціями. При приготуванні страв використовуються сухі та напівсухі вина, коньяк, лікер, різноманітні соуси. Французи люблять страви з м'яса (злегка підсмажені), риби, продуктів моря, страви та гарніри з овочів, омлети. Особливе місце відведено салатам зі свіжих та консервованих овочів, з м'ясним салатом, з птиці та дичини. Салат із

капусти, помідорів та огірків, зелений салат подають окремо до других страв. З перших страв широко поширені прозорі супи. Національною стравою є сир, гарячим напоєм – кава. Дуже популярні страви з морської та прісноводної риби, а також таких продуктів моря, як устриці, креветки, лангусти, морські гребінці. З м'ясних страв віддають перевагу біфштексу зі злегка підсмаженою скоринкою і майже сирою всередині; з інших м'ясних страв дуже популярно рагу під білим соусом. З перших страв дуже улюблені суп-пюре з цибулі-порею з картоплею та цибульний суп, заправлений сиром.

**Монгольська кухня** характеризується значним асортиментом страв із баранини, молочних продуктів, борошна. Монголи охоче їдять страви із птиці, сосиски, сардельки, шинку, салати з овочів, омлети. П'ють узвари. Основний спосіб обробки продуктів – варіння. Національний напій – чай. Монголи воліють плитковий чай, міцно заварений і заправлений молоком, олією (або салом) та сіллю.

**Німецька кухня (Німеччина, Австрія)** містить різноманітні страви зі свинини, птиці, яловичини, телятини, риби. У великій кількості використовуються овочі, особливо картопля та капуста, переважно у відвареному вигляді. У німецькій кухні широко представлені страви з рубаного м'яса та молочнокислих продуктів, бульйони, супи-пюре, бутерброди, салати, морозиво, компоти, киселі, желе, муси. Широко використовуються для приготування страв ковбаси, сосиски, сардельки, яйця. Риба переважно у відвареному та тушкованому вигляді. Національний напій – пиво, чорна кава, чай з лимоном. Особливістю німецької кухні є подача перших страв невеликими порціями, гарнірів - окремо від основних страв, їжа не повинна бути гострою.

**Польська кухня** багато в чому подібна до української. У великих кількостях використовуються молоко та молочні продукти, особливо сметана, а також каші – гречана, перлова, кукурудзяна. Поляки люблять прозорі супи з різними гарнірами, що подаються окремо; густі овочеві супи; фруктові супи; страви з риби, яєць, телятини, яловичини, птахів, грибів, субпродуктів. Як гарнір - картопля, капуста, галушки. Поляки люблять вироби з борошна (пироги, кулеб'яки, млинці, оладки), солодкі страви (киселі, желе, морозиво, фруктові салати). П'ють каву чорну і з молоком, а іноді перед сніданком - чай з молоком або варенням.

**Кухня народів В'єтнаму, Бірми, Таїланду, Індонезії, Філіппін** відрізняється тим, що її основою є рис і риба. Рис подають із рибою, м'ясом, овочами, фруктами, різними соусами. Широко використовуються раки, краби, лангусти, креветки. Національним напоєм є чай, а з холодних напоїв – фруктова вода та фруктові соки.

У китайській кухні поряд зі свіжими використовується велика кількість великої кількості сушених, маринованих та в'ялених продуктів. Страви готуються на рослинній олії, свинячому та курячому жирі, із застосуванням

ферментативних соусів та спецій. Китайці їдять страви з яловичини, свинини, баранини, курей, качок, риби, грибів, овочів, вироби із тіста: пельмені, локшину, солодке печиво. Улюблений напій – зелений чай. Китайці завершують

обід бульйоном. Дуже швидка подача страв є обов'язковою умовою організації харчування китайців.

Корейська кухня схожа на китайську. Корейці люблять азу, гуляш, чахохбілі, бефстроганів, шашлики, овочеві страви, заправлені олією, перцем і цибулею, мариновані овочі, соління, п'ють пиво та кип'ячену воду, їдять багато білого хліба. Перші страви вживають на сніданок, обід, вечерю. На гарнір – рис, локшина, макарони. Як десерт - фрукти, кавуни, виноград.

**Кубинська кухня** - гостра та ароматична. У приготуванні страв використовують у великій кількості червоний і чорний перець, лавровий лист, кориця, гострі соуси, томатна паста, оцет, майонез. Сіль вживається в дуже обмеженій кількості. У кубинській кухні широко використовують свинину, яловичину, птицю, рибу, морепродукти (краби, лангусти). М'ясо готується у тушкованому вигляді із гострими соусами. Кубинці люблять яйця, страви з рису та гарнір із нього, солодкі страви та фрукти. Фрукти їдять на сніданок, обід та вечерю. З напоїв – кава, мінеральна фруктова вода, соки, хліб – лише білий.

**Японська кухня** відрізняється великою кількістю страв з риби та морепродуктів, овочів, морської капусти, сої, бобів. Багато національних страв готують із моллюсків, трепангів, кальмарів, восьминогів, крабів, морських водоростей. Улюблений продукт – рис. Більшість страв подається з різними гострими приправами, готуються на рослинній (соевій) олії або риб'ячому жиру. Національною стравою є суші. Японці охоче їдять страви з натурального м'яса – яловичини, свинини, баранини та птиці, люблять фрукти, печиво, чай – зелений без цукру, каву.

**Американська кухня (Аргентина, Бразилія, Перу, Уругвай, Парагвай)** характеризується великою кількістю страв з натурального м'яса, підсмаженого на спеціальних ґратах. Ці страви готують великими порціями (350-500 г) до обіду та вечері. М'ясні продукти для других страв, а також риби не панують. Як гарніри - овочі, рис, локшина. Вершкове масло для заправки подають окремо. Перші страви вживають обмежено. Національний напій –

кава. З солодких страв перевага надається пудингам, кремам, мусам, желе, компотам зі свіжих фруктів та меду.

Таблиця 2.1

## Варіанти сніданків для іноземних туристів в готелі «Славутич»

| Національний сніданок                          | Складові частини                                                                                                                       |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                              | 2                                                                                                                                      |
| Австрійський 1-й                               | Кава з вершками або молоком, булочка                                                                                                   |
| Австрійський 2-й                               | Холодні закуски (ковбаса, відварене м'ясо), гарячі страви (тушкована або запечена яловичина, обсмажена печінка), мінеральна вода, кава |
| Голландська                                    | Кава, чай, молоко; голландські анісові сухарики; Голландський сир; вівсяна каша; млинці з начинкою; м'ясне асорті; оселедець           |
| Іспанська та португальська ранній              | Кава, булочка та мармелад або гарячий шоколад з печивом                                                                                |
| Іспанська та португальська пізня (10.00-11.00) | Овочі, рибні та яєчні страви                                                                                                           |

|                             |                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Італійська                  | Свіжі фрукти, міцна кава з молоком, тости, булочки а мармеладом, медом, олією                                                                                                                                            |
| Німецька 1-а (близько 6.00) | Кава з молоком або вершками, булочки з мармеладом або джемом, можливі бутерброди з сиром та олією                                                                                                                        |
| Німецька 2-а (10.00-11.00)  | Холодні та гарячі закуски, перші та другі страви, десерт                                                                                                                                                                 |
| Польський 1-й               | Чай, кава з молоком, булочка, мармелад чи варення                                                                                                                                                                        |
| Польський 2-й               | Холодні та гарячі закуски, десерт, кава, чай із молоком                                                                                                                                                                  |
| Скандинавський              | Рибні та м'ясні страви; хрусткі хлібці                                                                                                                                                                                   |
| Фінський                    | Гарячий напій із молоком                                                                                                                                                                                                 |
| Французький 1-й             | Дуже міцна кава з великим обсягом молока, олія, сир різних сортів, хліб, булочки, рогалики.                                                                                                                              |
| Французький 2-й             | Холодні закуски (бутерброди канапе, різні салати зі свіжих та консервованих овочів, птиці, риби, олії, нерибних морепродуктів), гаряча овочева закуска, рибні або м'ясні гарячі страви з гарніром з овочів, фрукти, кава |
| Швейцарський 1-й            | Кофе с молоком, булочка                                                                                                                                                                                                  |

|                  |                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Швейцарський 2-й | Сир, асорті, вівсяна каша, рибні або м'ясні гарячі страви, булочка, мед |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------|

Виходячи з національних особливостей харчування, в готелі «Славутич» була розроблена схема, що не варто пропонувати туристам:

- Туристам з Англії – ковбаси, ковбасні вироби, рибні супи, рибу заливну, ікру лососеву, круп'яні гарніри, борошняні страви, страви з соусом на борошні.

- Туристам з арабських країн: мусульманам – страви зі свинини, житній хліб, розварені картопля та овочі.

- туристам з Болгарії – молочні супи, окрошки, борщі, круп'яні страви (крім рису), страви з котлетної маси, житній хліб, стара картопля (з червня до нового врожаю).

- туристам з Угорщини – страви з баранини, котлетної маси, морської риби та рибопродуктів, лососеву ікру, оселедець, кільки, балик, гречану кашу, киселі.

- Туристам із Німеччини, Австрії – гостру їжу.

- Туристам з Італії – вершкове масло, страви зі смаженої свинини та рубаного м'яса, житній хліб.

- Туристам з В'єтнаму, Таїланду, Індонезії – мінеральну воду та житній хліб.

- Туристам з Китаю – молочні продукти та страви з них, житній хліб, ікру, оселедець, сьомгу, мінеральну воду, додавати лавровий лист.

- Туристам з Кореї – молочні продукти та страви з них, рибні делікатеси, сирокочені продукти, шинку, страви та гарніри з картоплі, житній хліб, каву, какао, мінеральну воду.

- Туристам із Монголії – рибу, рибну гастрономію, ікру, каву, мінеральну та фруктову воду, пиво.

- Туристам із Польщі – страви з баранини та рубаного м'яса, страви з соусами, житній хліб, стару картоплю (з червня до нового врожаю).

- Туристам з Румунії – страви з баранини, житній хліб, киселі.

- Туристам із Франції можна пропонувати усі страви.
- Туристам із Чехії, Словаччини – страви з баранини, рубаного м'яса, гарячі рибні страви.
- Туристам з Південної Америки (Бразилія, Аргентина та ін.) – страви з майонезом та сметаною з панованих м'яса та риби.
- Туристам із Сербії, Хорватії, Боснії, Герцеговини та ін. (країн колишньої Югославії) – м'ясо та рибу варені.
- Туристам із Японії – мінеральну воду. Усі страви мають бути слабосолоними.

### **РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПОКРАЩЕННЯ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В ГОТЕЛІ «СЛАВУТИЧ»**

Варто зазначити, що служба прийому та розміщення є першим підрозділом, з яким знайомляться гості, бронюючи номери та приїжджаючи до готелю. Враження, отримані від цього знайомства, багато в чому формують відгуки гостей щодо якості обслуговування загалом. Саме цю службу можна назвати обличчям готелю, і багато в чому від нього залежить заповнюваність, отже, й економічна ефективність готелю.

Основними функціями служби прийому є: бронювання місць у готелі, реєстрація та розміщення туристів, оформлення розрахунків при виїзді гостя, надання різної інформації.

До служби прийому та розміщення пред'являються такі вимоги:

- служба прийому та розміщення повинна бути розташована у безпосередній близькості від входу в готель. Стійка повинна бути зручна для клієнтів та забезпечена різними інформаційними матеріалами та покажчиками;
- стійка реєстрації клієнтів має бути чистою та вільною від сторонніх предметів. Вона повинна мати чітке функціональне зонування – інформація для клієнтів не повинна поєднуватися з інформаційними матеріалами персоналу готелю. Обладнання та інформація для персоналу готелю мають бути приховані від клієнтів;
- співробітники служби прийому та розміщення повинні бути охайно одягненими в уніформу готелю, мати бездоганний зовнішній вигляд, користування косметикою має бути в міру. Персонал прийому та розміщення повинен поводитися належним чином і бути максимально відкритим та доброзичливим. З гостями слід розмовляти лише стоячи. Не можна примушувати людей чекати. Наприклад, ознакою поганого тону є одночасне обслуговування клієнта та спілкування по телефону [6, с. 123].

З метою виявлення недоліків у роботі персоналу служби прийому та розміщення було проведено анкетування серед клієнтів готелю «Славутич». В опитуванні взяли участь 80 осіб, з них 60% чоловіків та 40% жінок. Вік респондентів – від 18 до 70 років, їх від 18 до 30 років – 45 %, від 30 до 50 років – 40 %, від 50 до 70 років – 15 %. Цілі перебування в готелі: ділові – 70%, туризм – 20% та відпочинок 10%.

На думку відвідувачів готелю «Славутич», більша кількість клієнтів обслуговується протягом 5 хвилин (45%), інші варіанти відповідей: 10 хвилин – 25% гостей та 15 хвилин – 30% гостей. З опитування відвідувачів готелю "Славутич" було виявлено, що 45% гостей влаштовує зовнішній вигляд персоналу, а 55% гостей не влаштовує, тому що вважають, що потрібно запровадити уніформу. 65% відвідувачів готелю «Славутич» вважають, що співробітники мають носити бейджик, а 35% відвідувачів на наявність бейджика уваги не звертають. Відповіді на питання про тактовність та ввічливість персоналу служби прийому та розміщення готелю «Славутич» показали таке співвідношення результатів: 65% гостей вважають, що працівники служби прийому та розміщення тактовні, ввічливі, акуратні, але у 35% склалася інша думка.

З метою виявити проблеми в організації роботи адміністраторів служби прийому та розміщення готелю «Славутич» було розроблено анкету для персоналу. Аналіз анкети показав, що під час опитування адміністраторів готелю «Славутич» з досвідом роботи у 6 років, працює 1 особа, що становить 17 %, з досвідом роботи 2 роки – 2 особи (33 %), з досвідом роботи 1 рік – 2 особи (33 %) та з досвідом роботи 3 місяці, працює 1 особа (17 %.)

Рівень освіти адміністраторів готелю «Славутич» дозволяє судити про те, які знання мають співробітники. 50% адміністраторів мають вищу освіту, 50% – середньо-спеціальну. Результати показують, що адміністраторами працюють добре підготовлений персонал у професійному значенні. Аналіз відповідей на питання про знання англійської мови показав, що серед працівників знання англійської мови володіють 33% і потрібне вивчення 67%, оскільки іноді в готелі

зупиняються іноземні туристи та зі спілкуванням виникають проблеми. Питання хорошему рівні роботи на комп'ютері показало, що з числа співробітників 83% володіють навичками ПК, а 17% потрібно пройти курс навчання, що є досить хорошим результатом. Також співробітникам служби прийому та розміщення було поставлено питання про їхнє ставлення до уніформи. За опитуванням працівників усі готові (100%) носити уніформу. Крім того, більшість співробітників зізналися, що їхні знання про етикет недостатні, і вони хотіли б пройти тренінги (67%).

Таким чином, керівництву готелю «Славутич» було запропоновано заходи щодо вдосконалення служби прийому та розміщення:

1. Придбання уніформи для персоналу служби прийому та розміщення.
2. Проходження курсів вивчення іноземної мови для персоналу.
3. Проведення тренінгів з етикету.

За першою рекомендацією керівництво готелю розглянуло кілька варіантів суконь та костюмів для персоналу та було обрано варіанти сукні та костюмів для працівників. Форма співробітниць – це сукня, сувора, класична. Колір – блакитний, рукав 3/4, комір, талія під пояс, довжина сукні трохи нижче коліна. З лівого боку на сукню обов'язково присутність знімного бейджика із зазначенням посади та імені співробітника. Костюм складається з штанів, піджака та блузки.

Ось два основні види навчання, прийнятні для готелю «Славутич» (для вдосконалення роботи з українськими та іноземними туристами):

1. Налагоджена система внутрішньофірмового навчання сприяє постійному контролю за якістю обслуговування гостей, а також допомагає керівництву отримувати інформацію про настрої всередині колективу. Внутрішньофірмова система навчання стимулює придбання додаткового досвіду у процесі роботи або під час обговорення практичних (конфліктних) ситуацій та методів роботи, які використовуються в інших готелях. Дуже корисно вивчення та обговорення спеціалізованої літератури.

Система підготовки та розвитку персоналу може складатися з різних, але взаємозалежних блоків: навчання, оцінки та ротації. Що входить у цю систему? Буквально з першого дня, коли працівник приносить у відділ персоналу всі необхідні документи та підписує трудовий договір, розпочинається процес навчання. Необхідно ще раз роз'яснити йому умови роботи, ознайомити із затвердженою посадовою інструкцією, з «Правилами внутрішнього трудового розпорядку», «Положення про персонал», іншою нормативно-методичною літературою. У відділ персоналу згодом надсилається вся інформація про якість роботи співробітника, про мотивацію та слабкі сторони. Усі ці документи формують його особисту справу. Першого дня новому працівникові необхідно показати весь готель (номерний фонд, точки харчування, конференц-зали), познайомити його з відділами та службами, розповісти про послуги, що надаються гостям. Тренер чи співробітник відділу персоналу визначають «професійний рівень» новачка. Залежно від рівня підготовки і будується вся наступна програма навчання, що складається з обов'язкових і додаткових тренінгів. Програма розрахована щогодини і має кілька цілей: максимально зацікавити працівника, мотивувати його, розповісти про можливі перспективи кар'єрного зростання, пояснити, що будь-яке навчання – це і робота з тренером, та самонавчання. Службовець повинен визначити, чому потрібно вчитися, і чи хоче він цього. Кожен готель – це унікальний, неповторний механізм, який висуває до персоналу певні вимоги. Тонкощі корпоративної культури можна досягнути лише у процесі внутрішньофірмової програми навчання. Жоден запрошений фахівець не зможе до кінця висвітлити це питання. Успіх забезпечений при взаємодії працівника, його безпосереднього керівника та менеджера з навчання (в перспективі варто ввести цю посаду). Простими, але важливими готельними програмами є: «Ласкаво просимо до готелю» (опис організаційної структури та посадової взаємодії, філософія роботи готельного підприємства, його історія, поведінка в екстрених ситуаціях тощо), «Вступ до спеціальності» (чітке роз'яснення посадових осіб) обов'язків,

На зростання професійної майстерності та конкурентоспроможність працівників впливають такі фактори: досвід роботи в галузі, що стимулюють професійне зростання службові завдання, вказівки та рекомендації керівника, зворотний зв'язок. Повернемося до питання системності та ще раз позначимо важливість взаємозв'язку навчання, оцінки та ротації. Основне навчання проходить протягом випробувального терміну, перша оцінка проводиться після закінчення випробувального терміну. Додаткове навчання відбувається протягом усього року та оцінюється після його закінчення. При цьому для підтримки зацікавленості службовця у продовженні роботи на підприємстві необхідно надавати йому шанс розвиватися, просуватися службовими сходами, пробувати свої сили на нових посадах. Відділ персоналу повинен мати вичерпну інформацію про бажання і можливості працівників, а самі люди повинні бути поінформовані про вакансії, що з'явилися. Мінусами описаної вище системи навчання персоналу і те, що найчастіше відділ персоналу не грає роль процесі навчання, навчання має одиничний, разовий характер, а заміщення вакантних посад розглядаються кандидати «з вулиці».

2. Другий вид навчання, рекомендований готелю «Славутич» – залучення «зовнішніх» викладачів чи організація короткострокового чи довгострокового підвищення кваліфікації у профільному вузі .

Для успіху такого заходу необхідно мати уявлення про викладацький склад та пропоновані програми. Важливо, що у всіх стадіях циклу навчання істотну роль грає грамотне спілкування (тобто, доведення інформації до слухачів, комунікація, обговорення). Наприклад, виявлення рівня підготовки слухачів викладач може провести із нею розмову чи анкетування. Знання початкового рівня своїх слухачів допоможе скоригувати навчальний план та методику викладання. Викладач зможе підготувати курс, який буде логічним, заняття цікавими, а матеріал легко засвоюється. Він повинен знати, як привернути увагу аудиторії, як викликати інтерес слухачів, як викласти матеріал і виділити головне. У процесі навчання дуже важливим є «емоційний настрій». У слухача, якого на курси «послав» начальник, ставлення до занять, швидше за все,

буде іншим, ніж у того, хто прийшов за власним бажанням. І викладачеві варто витратити спочатку якийсь час на те, щоб зацікавити слухачів, які прийшли «примусово», докладно пояснивши їм можливу користь від занять.

Одна з функцій навчального – спонукати працівників взаємодіяти та радитися з колегами з питань роботи.

Істотну частку зусиль керівників, викладачів та помічників слід спрямувати на забезпечення та безперервну підтримку зворотного зв'язку зі слухачами курсів. Без постійного зворотного зв'язку до, під час і після спілкування воно навряд чи буде настільки ефективним, щоб викликати помітні зміни.

Здебільшого надають якісні послуги з навчання персоналу консалтингові фірми. Наприклад, в Україні існують такі фірми як:

1. HoRes Pro
2. Тренінг Центр Вікторії Бунік
3. Клуб Ділових Людей

Навчання може мати такі види:

- 1) Лекція,
- 2) Обговорення лекції та основні принципи поведінки учасників,
- 3) Аналіз конкретних ситуацій,
- 4) Ділові ігри,
- 5) Експерименти та моделювання,
- 6) Вправи у розвиток практичних навичок,
- 7) Типові вправи з олівцем у руці,
- 8) Завдання,
- 9) Використання письмового матеріалу,
- 10) Наочні посібники,
- 11) Програмне навчання та конспекти,
- 12) Практична робота у реальних умовах,
- 13) Аудиторні заняття
- 14) Використання комп'ютерів.

Для того, щоб аудиторні заняття були ефективними, вони повинні:

- Безпосередньо відповідати цілям організації-замовника.
- Приводити в результаті зміну стереотипів поведінки слухачів, що суттєво, оскільки їх керівництво має насамперед цю мету.
- Подолати можливий опір слухача, реальної людини, яка має практичний досвід роботи в індустрії гостинності.
- Пропонувати працівникові у довірчій манері саме ту інформацію, якої він потребує.

Навчання можна оцінювати на чотирьох різних рівнях: думка слухачів, обсяг отриманих знань, зміни стилю роботи, результативність (реальні покращення у роботі компанії).

Для оцінки результатів навчання буває корисним провести тестування слухачів курсів, якийсь час спостерігати за їхньою службою, поговорити з керівниками.

Безперечно, найбільший ефект дає навчання за програмами, які вміло поєднують теорію та практичні заняття. Корисними будуть і короткострокові програми підвищення кваліфікації, і програми вишів, які готують не лише загального сфери, але й вузькопрофільних фахівців.

Після проходження тренінгів варто постійно оцінювати позитивні моменти, що мали місце в готелі та фіксувати успіхи персоналу в сфері обслуговування.

Для того, щоб дослідити задоволення заробітною платою працівників готелю «Славутич», нами було проведене опитування.

Аналіз відповідей співробітників дав такі результати:

- рівень заробітної плати не задовольняє 99% опитаних;
- соціальними пільгами задоволені 60%;
- можливість кар'єрного зростання бачать 80%;
- престижність компанії – 83% опитаних задовольняє;
- можливість проявити ініціативу та цікава робота – 78% та 83%

відповідно співробітники оцінюють задовільно;

– похвала, визнання результатів роботи – незадоволені 66% працівників.

В наявності такі фактори, які необхідно ставити в основу при розробці системи мотивації в готелі «Славутич».

- рівень заробітної плати;
- соціальні пільги;
- недохваленість персоналу.

Тестування проводилося анонімно і дозволило виявити, чи співвідноситься корпоративна культура, якою її бачать співробітники, з тим, що є насправді.

В результаті з'ясувалося, що корпоративна культура в окремих підрозділах співвідноситься з очікуваннями співробітників, але має суттєві розбіжності з тим, як здійснює свої функції адміністративно-управлінський апарат. Якщо субкультура підрозділів тяжіє до культури ролі (основне – роль, яку тобі наказано, та процедури її дотримання), то адміністрація прагне корпоративної культури влади (класифікація Моутона – Блейка).

Корпоративна культура влади ґрунтується на придушенні інтересів особистості на користь інтересів виробництва за будь-яких обставин. Мінусом цього корпоративної культури є низька ступінь задоволеності співробітників, висока плинність кадрів, відсутність командного духу як такого. Як правило, професіонали високого рівня в такі компанії не приходять або не затримуються в них.

Таким чином, на практиці вплив на мотивацію персоналу є складним завданням, при вирішенні якого може виникнути низка проблем:

- потрібна сфера людини – це динамічна освіта. Потреби і мотиви можуть відрізнятися як від людини до людини, а й від ситуації до ситуації. У цьому згодом як може змінюватися сила окремих потреб, зміну одним потребам можуть приходити інші;
- мотивація працівника, його ставлення до справи залежить не тільки від його потреб, а й від того, як він почувається, який у нього настрій;

– мотивація по-різному виражається в поведінці. Одна людина з сильною потребою в безпеці може діяти обережно і уникати відповідальності на роботі через страх провалитися, інша людина з такою ж сильною потребою в безпеці може використовувати будь-яку можливість для підвищення рівня своєї відповідальності через страх втратити роботу, побоюючись, що її можуть оцінити як поганого чи непотрібного працівника;

– різні люди по-різному реагують на перешкоди на шляху задоволення однієї і тієї ж потреби. Один працівник, зустрівши перешкоду, засмутиться (або зрадіє) і припинить роботу, а інший – подвоїть свої зусилля;

– багато керівників не готові до того, що саме на них лежить відповідальність за забезпечення високої мотивації у своїх підлеглих. Так, керівник може дратуватися на тих підлеглих, які виявляють низьку запопадливість у роботі, відсутність зацікавленості в кінцевих результатах праці та роботи всього підрозділу, нічого не роблячи, щоб змінити цю ситуацію.

Керівництву готелю «Славутич», що бажає впливати на трудову мотивацію своїх підлеглих, недостатньо оцінити та зрозуміти їх домінуючі потреби, необхідно створити такі умови, які підвищуватимуть рівень трудової мотивації працівників та ступінь їхньої зацікавленості у досягненні високих робочих результатів. Однак, як показує досвід роботи в українських організаціях різного типу, практика роботи і система управління, що склалася, породжує ряд перешкод, що заважають керівникам домогтися високої зацікавленості персоналу в кінцевих результатах.

Основний зміст впливу на трудову мотивацію працівників для керівництва готелю «Славутич» полягає в тому, щоб домогтися від них такої трудової поведінки, яка забезпечує максимальну ефективність у роботі окремих підрозділів та компанії загалом. Нині для переважної кількості підприємств нетипово оцінювати рівень ефективності тих мотивуючих впливів на персонал, які робляться з боку керівників. Успішний вплив на трудову мотивацію персоналу неможливий без регулярного зворотного зв'язку у вигляді оцінки цих впливів.

Різні типи стимулюючої оплати праці застосовуються як метод мотивації високопродуктивної діяльності працівників.

Для вибору найкращого варіанта проходження курсів з вивчення англійської мови було проведено аналіз пропозицій різних компаній та обрано компанію, яка знаходиться поруч з готелем, для зручності працівників.

## ВИСНОВКИ

Нині готельна промисловість є галуззю із високим рівнем конкуренції. Все частіше ми стаємо свідками того, як відкривається новий готель. Нові концепції створюються з максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через деякий час частина з них не витримує конкуренції та виходить із бізнесу. У готельному господарстві слово "сервіс", як зазначалося вище, означає систему заходів, які забезпечують високий рівень комфорту, задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей. І з кожним роком ці запити та вимоги до послуг підвищуються. І чим вища культура та якість послуг обслуговування гостей, - тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і, що не менш важливо сьогодні,

Метою курсової роботи є вивчити організацію та технології прийому та обслуговування іноземних гостей в готелі «Славутич».

У нашій роботі було охарактеризовано функції основних готельних служб. Розглянуто технології прийому та обслуговування гостей, види та порядок оформлення документації, правила надання додаткових послуг. Розглядаються питання обслуговування іноземних гостей харчуванням.

Особливості прийому та розміщення іноземних туристів розглядалося на прикладі готелю «Славутич». Ми дали характеристику готелю, оцінили організацію прийому та розміщення, дали кілька рекомендацій для ефективної організації служб готелю.

Таким чином, використання різних прийомів та методів для розвитку служби прийому та організації у готелі сприятиме найбільшій конкурентоспроможності готелю.

Туризм є важливим сектором світової економіки та має тенденцію до постійного зростання на міжнародному рівні. Міжнародна туристична індустрія створила найрізноманітніші типи підприємств та форми обслуговування туристів. Залежно від класу обслуговування вітчизняним та іноземним туристам

надається певний обсяг (пакет) послуг: розміщення, трансфер, екскурсійне, культурне та спортивне обслуговування, харчування. Велике значення в управлінській діяльності організацій мають фактори, що впливають на неї та особисті якості менеджера. Багато уваги приділяється вимогам до підприємств харчування обслуговування туристів у готелях і готельних комплексах. Основною формою обслуговування іноземних туристів є шведський стіл. Великий інтерес становлять особливості організації обслуговування туристів у готелі, який залежить від рівня професіоналізму менеджера. Основними ресурсами менеджера з управління персоналом у сфері громадського харчування є: - інформація та інформаційний потенціал - час та люди, вміло використовуючи які керівник забезпечує отримання високих результатів, підвищуючи конкурентоспроможність керованої ним організації.

Організація обслуговування іноземних туристів, його насиченість є механізмом здійснення соціально-культурної діяльності та одним з ефективних способів пропаганди культурно-історичних цінностей.

Основне завдання готелю, як соціального інституту, полягає в розвитку соціальної активності і творчого потенціалу особистості, організації різноманітних форм дозвілля і відпочинку.

На сьогодні існує необхідність удосконалювання діяльності вітчизняних готельних господарств. Ця тенденція повинна йти активно в усіх напрямках: удосконалювання господарського механізму, розробки концепцій установ культури в нових умовах, підходах до моделі і професії організатора відпочинку гостей.

Комплекс заходів з удосконалення управління готелем та організації обслуговування іноземних туристів полягає у наступних заходах:

- урізноманітнення управлінських методів з організації нових соціальних заходів відпочинку для клієнтів готелю;
- реалізація методів інформатизації всіх підрозділів готелю;
- поширення інтерактивних заходів у готелі;
- активізація навчальних управлінських методів адміністрації готелю;

- оптимізація адміністрування дизайну готелю;

Зазначене удосконалення управління діяльністю готелю, було проаналізоване нами з точки зору покращення готельного сервісу, розширення клієнтської бази підприємства, просування нових послуг на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Skyscanner [сайт]. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.skyscanner.ua/](http://www.skyscanner.ua/)
2. Бабаєв В.М. Організаційна культура керівника: Навч. посібник / В. М. Бабаєв, Н. В. Шаронова. – Харків: НТУ «ХП», 2005. – 260 с.
3. Бабаєв В.М. Соціальне пізнання і логіка управління : монографія / В. М. Бабаєв, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч. – Харків: ХНУМГ, 2015.– 182 с.
4. Байлік с. І. Готельне господарство: організація, управління, обслуговування. – Київ: Альтерпресс, 2012. – 374 с.
5. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О.М. Управління персоналом. 2-ге видання: Навч. посіб. – К.:Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
6. Віханський о. С., Наумов п. І. Менеджмент. – М. : Вид-во МГУ, 2015. – 221 с.
7. Гатальська С.М. Філософія культури: підручник / С. М. Гатальська. – К.: Либідь, 2005. – 328 с.
8. Ділове спілкування в системі культури управління : текст лекцій / О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч, А. О. Харченко, С. М. Резнік, А. В. Долгарєв. – Харків : НТУ «ХП», 2009. – 64 с.
9. Заветний С. О. Психологія управлінського спілкування / С. О. Заветний, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч. – Харків: ХНТУСГ ім. П. Василенка, 2009. – 54 с.
10. Заветний С. О. Філософія впливу: монографія / С. О. Заветний, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч. – Харків: Видавець О. О. Савчук; ХНТУСГ ім.. П. Василенка, 2011. – 204 с.
11. Зорін і. В., Квартальнов в. А. Енциклопедія туризму: Довідник. – М. : Фінанси і статистика, 2011. – 368с.
12. Кремень В. Г. Філософія управління: Підручник / В. Г. Кремень, С. М. Пазиніч, О. С. Пономарьов. – К.: Знання України, 2007. – 360 с. 50. Кремень

В. Г. Філософія управління: Підручник / В. Г. Кремень, С. М. Пазиніч, О. С. Пономарьов. – Вид. 2-ге, доповн. і перероб. – Харків: НТУ «ХПІ», 2008. – 524 с.

13. Кузьмін О. Основи менеджменту: Підручник/ Олег Кузьмін, Ольга Мельник,. - К.: Академвидав, 2003. - 414 с.

14. Ляпіна і. Ю. Організація і технологія готельного обслуговування: Підручник для проф. образования/ Ірина Юріївна Ляпіна; Під ред. канд. пед. наук А. Ю. Ляпіна. – 2 – е видавництво, стер. – М. : Видавничий центр «Академія», 2015. – 208 с.

15. Мартиненко М. Основи менеджменту: Підручник/ Микола Мартиненко,. - К.: Каравела, 2005. - 494 с.

16. Машир Н. П. Сучасний етикет та секрети гостинності [Текст]: навч. посібник / Н. П. Машир. – К. : Кондор, 2010. – 214 с.

17. Основи управління в індустрії гостинності. – М. : Аспект Прес, 2015. – 271 с.

18. Палеха Ю. Ділова етика: учбовий посібник/ Юрій Палеха,; Європейський ун-т фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. - К.: Вид-во Європейського ун-ту фінанас., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. - 179 с.

19. Папірян г. А. Менеджмент в індустрії гостинності. – М. : Економіка, 2010. – 284 с.

20. Принципи менеджменту якості: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.krms.ua>

21. Саєнко Г. Моральні стандарти на підприємстві //Стандартизація. Сертифікація. Якість. - 2005. - № 6. - С. 19-23.

22. Сторінка готелю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hotel-slavutich.net/uk/>

23. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян,; М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм.. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 231 с.