

ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

1. Організація харчування туристів.
2. Класифікація закладів ресторанного господарства.
3. Національні заклади харчування.

1. **Харчування**— природна потреба будь-якої людини. У туризмі харчування розглядають і як важливий елемент розваги та пізнання місцевої культури, зокрема гастрономії. Національна кухня є важливим елементом культури народу, має чіткі відмінні ознаки, є **елементом пізнання і засобом для задоволення**.

Систему громадського харчування утворюють ресторани різного класу, бари, кафе та їдальні, пункти швидкого приготування.

Головна мета роботи підприємства харчування — задовольнити потреби людей у їжі. Частково процес споживання їжі збігається з процесом спілкування людей, виховання, відпочинку.

Їжа не просто є звичною потребою кожної людини, туристи розглядають її як розвагу і задоволення. Їжа різних народів і навіть місцевостей часто дуже своєрідна, тому приваблива для туристів. Крім того, добре почастивати бажаного гостя — традиція майже всіх народів. **Для багатьох туристів національна кухня є цікавим елементом програми туру.** Турист забезпечується їжею й напоями не тільки в місцях перебування, але й під час переїздів на повітряному, водному, залізничному транспорті, а також в автобусах.

Багато мандрівників відправляються в спеціальні гастрономічні й питні тури, щоб познайомитися з національною кухнею різних країн. Під час таких поїздок вони прилучаються до місцевих звичаїв, нерідко стаючи учасниками фольклорних свят. Перебування в Німеччині й Чехії, наприклад, рідко обходиться без відвідування пивних закладів, так само як важко уявити собі Іспанію без "пасео й тапео", тобто прогулянки по барах і дегустації легких закусок, які подають до вина й пива. **Великою популярністю в туристів користуються етнографічні ресторани й кафе.** У них національне проявляється й в інтер'єрі, і в одязі офіціантів, і в репертуарі оркестру, і в асортименті пропорованих блюд і напоїв. **Крім національного, підприємства харчування можуть бути витримані в будь-якому іншому стилі:** від використання банківських атрибутів до вітряних млинів. Вибір центральної теми, якій підлеглі оформлення залів і все обслуговування клієнтів, являє собою **сплав мистецтва й маркетингових досліджень**. Знання ринкової ситуації й умов конкуренції дозволяє виявити перспективні теми. При цьому досвідчені менеджери ресторанів часто покладаються й на власну інтуїцію. Вибір теми завжди сполучений з певним ризиком. При невдачі її доводиться міняти. У таких випадках ресторани, як правило, не обмежуються відновленням вівіски або меню. Вони проводять повну реконструкцію приміщень, наймають нових працівників, становлять меню й замовляють столові прилади, що відповідають обраній темі, продумують

відповідну розважальну програму. Подібного роду перебудова звичайно обходиться дуже дорого, тому задовго до її початку розробляється фінансовий план, необхідний для прийняття ефективних рішень.

Особливість підприємств ресторанного сервісу, що працюють у сфері туризму, полягає в тому, що вони повинні задовольняти потреби в харчуванні **людей з різних країн світу з їх смаками та традиціями національної кухні.** Спеціалісти стверджують, що традиції харчування належать до найконсервативніших, оскільки вони формуються упродовж досить тривалого часу під впливом природних, географічних, соціально-економічних та інших чинників.

Організація харчування має враховувати і медичні аспекти. Неправильне харчування, погано приготована (без дотримання технологій) їжа може призвести до отруєнь. До 60 відсотків туристів, відвідавши Єгипет та Індію, страждають на діарею. Потрібно враховувати і загальноприйняті обмеження в окремих групах туристів за релігійними ознаками (не вживають свинини, дотримуються посту), особливі вимоги вегетаріанців, дитяче харчування. **Ці особливості щодо харчування туристи мають вказати, купуючи тур.**

Харчування туристів

Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення до місць харчування та багатьох інших чинників.

Система харчування вказана у путівці, договорі, ваучері.

В міжнародній туристській практиці харчування, як правило, зв'язується з розміщенням. Його вартість, поряд із проживанням, входить у готельний тариф. Турист може вибрати номер у комплексі із триразовим, дворазовим або одноразовим харчуванням, відповідно розрізняють американський план (American Plan, AP), модифікований американський план (Modified American Plan, MAP) і континентальний план (Continental Plan), який ще називають "Постіль і сніданок" ("Bed and Breakfast"). Багато готелів працюють за європейським планом (European Plan, EP).

- готелі, що забезпечують повний пансіон (плата за номер передбачає розміщення + 3-разове харчування) – американський план;
- готелі, в яких в плату за номер входить розміщення і сніданок+ вечеря – модифікований американський план;
- готелі, в яких в плату за номер входить розміщення і тільки сніданок – континентальний план;
- європейський план, який не передбачає організованого харчування. Він являє собою готельний тариф, обумовлений на основі вартості розміщення без обліку харчування. Туристи самостійно вибирають підприємство громадського харчування, кухню й замовляються блюда.

Мають місце також розходження у формі обслуговування. Система "А ля карт" припускає вільний вибір клієнтом блюд із пропонованого

рестораном меню, "табльдот" - обслуговування по єдиному для всіх клієнтів меню без права вибору блюд, "шведський стіл" - вільний вибір виставлених на спільне харчування блюд і самообслуговування.

"Шведський стіл" особливо популярний у російських туристів. Ця форма обслуговування дозволяє вибрати їжу по смаку й у бажаній кількості.

У номерах, обладнаних кухнями та міні-барами, турист готує сніданок самостійно.

Зрозуміло, що схема харчування спортивних, мисливських, альпіністських та інших самодіяльних турів з активними способами пересування базується **на самостійному приготуванні їжі зі спеціальних напівфабрикатів та концентратів.**

Особливими є вимоги до харчування для так званих гастрономічних турів, де переважає певна національна кухня з відомими вишуканими (у деяких випадках — екзотичними) стравами та напоями.

Залежно від категорії підприємства харчування якість обслуговування як комплексна послуга реалізується основними, додатковими та супутніми послугами. **Поряд з якісно приготовленими та естетично оформленими стравами важливу роль відіграє загальне композиційне сервірування столу, підбір посуду та столових приборів, кольорова гама скатертин, серветок з фірмовим знаком підприємства, квіти, кваліфікація офіціантів, барменів, метрдотелів, бездоганна чистота, гарно оформлене меню декількома мовами, загальний інтер'єр залу, затишок, звукоізоляція, м'яке регульоване освітлення та ін.**

До переліку додаткових та супутніх послуг входять: вар'єте, оркестр, музичний супровід без оркестру, телевізор (за бажанням клієнтів), танцювальний майданчик, можливість замовити таксі, купити сувеніри.

2. Класифікація підприємств харчування

Для класифікації підприємств харчування туристичної індустрії використовується ряд критеріїв. **Найважливіші з них:**

1. Ознака пов'язаності управління;
2. Характер торгово-виробничої діяльності;
3. Місце розташування;
4. Контингент клієнтів, що обслуговується;
5. Асортимент продукції (спеціалізація);
6. Місткість;
7. Форма обслуговування;
8. Час функціонування;
9. Рівень обслуговування.

За ознакою пов'язаності управління виділяють підприємства об'єднані в ланцюги, і підприємства, які працюють автономно. До найбільших таких ланцюгів, наприклад, у США належно, «Мак Дональдс» (з кількістю підприємств 9460, річними прибутками понад 12 млрд. доларів), «Бюргер Кінг» та ін.

Характер торгово-виробничої діяльності - головний критерій, залежно від якого всі підприємства харчування поділяють на такі типи:

- ресторан;
- кафе;
- бар;
- буфет;
- їдальня та ін.

Для кожного типу підприємств харчування за цією ознакою класифікації характерний відповідний асортимент блюд і напоїв, застосовувані форми обслуговування, місце розташування, контингент клієнтів, що обслуговується.

В Україні класифікація закладів ресторанного господарства (РГ) за характером торгово-виробничої діяльності відображена в ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

Ресторан - Заклад РГ з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів з високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів.

Примітка. «Ресторан» від франц. «restorantes» — укріплювальний, відновлювальний. **За часом обслуговування** ресторани поділяють на: швидкого обслуговування і звичайні (класичні): **за методами обслуговування** — обслуговування офіціантами і самообслуговування. **Розрізняють спеціалізовані ресторани:** рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо (ДСТУ 3862).

У структурі готельних комплексів може бути декілька ресторанів. У великих готелях, що входять у відомі готельні ланцюги, **звичайно два ресторани - фешенебельний фірмовий і невеликий з низьким рівнем цін.** Ресторани при готелях обслуговують як проживаючих у них гостей, так і інші категорії (ресторан відкритого типу) або тільки проживаючих у них гостей (ресторан закритого типу). Вони також організують обслуговування урочистих і офіційних прийомів, нарад, конференцій, конгресів, **надають гостям інші послуги:** продаж сувенірів, квітів, обслуговування в готельних номерах і т.д. **У більшості ресторанів передбачається музична програма і проведення концертів.**

Класичні ресторани. Знаменитий класичний ресторан – те саме, що твір мистецтва. Він унікальний, чудовий, спонукає до тривалого спілкування з партнером або, принаймні, до естетичної насолоди інтер'єром і дуже дорогою. **Найважливішою ознакою першокласних ресторанів є прагнення до індивідуальності.** Їхній неповторний вигляд доповнюється розкішним внутрішнім оздобленням і вишуканою кухнею. Такий вегетаріанський ресторан "Лейнсборо", розташованого у неокласичному особняку навпроти Букингемського палацу в Лондоні. В оточенні англійських знаменитостей, акторів і зірок рок-н-ролу гості приємно проводять час і при бажанні пробують відомі лейнсборські делікатеси. Розмаїтість меню включає блюда

від супу консоме зі спаржі з додаванням шафрану й лимонної м'яти до рокфору в арманьячному лікері.

Іншу групу утворюють ресторани **швидкого обслуговування**. Вони одержали широке поширення в наш динамічний час. Родоначальником швидкого способу задоволення самих приємних фізіологічних потреб людини стали США. Мережа громадського харчування в Північній Америці почала формуватися ще в XVII в. В 1634 р. у Бостоні відкрилася одна з перших таверн, що запропонувала багатий вибір готових блюд. З цього часу й протягом всіх років Війни за незалежність таверни були місцем зустрічей солдат і бізнесменів, відіграючи помітну роль у житті американського суспільства. До середини XVII в. церква опікувала, а по суті, управляла тавернами. Але на початку XVIII ст. її участь, хоча й зберігалася, помітно ослабнула. Таверни, як і постоялі двори, існували повсюдно, а перший ресторан "Дельмоніко" (Нью-Йорк) з'явився в США у 1832 р. Великий вплив на становлення американської ресторанної справи зробила Франція. Паралельно йшло формування й властиво американських форм обслуговування. Кафетерії в тому вигляді, який вони мають сьогодні, відкрилися в Чикаго в 1891 р. В XX в. індустрія громадського харчування США продовжувала активно розвиватися. Цьому процесу не змогли перешкодити ні "Сухий Закон" (1919-1933 гг.), що змусив кафе перейти на підпільну торгівлю спиртними напоями, ні Друга світова війна з її твердою системою розподілу продуктів. Остання дала поштовх до розробки й використання торгівельних автоматів. У цей час працює п'яте їх покоління, у якому враховані останні досягнення електроніки й комп'ютерних технологій. Післявоєнний період був відзначений виникненням нових тенденцій у сфері громадського харчування США, пов'язаних з поширенням заморожених продуктів. Вони стали застосовуватися в ресторанах, заводських їдальнях і кафе, а також на авіалініях. 70-ті роки пройшли під знаком підприємств швидкого обслуговування. Додаткові технічні можливості, що відкрилися, дозволили їм значно розширити асортименти пропонованих блюд. Поряд з гамбургерами й смаженими курчатами, вони освоїли мексиканську і європейську кухню, зокрема виробництво піци, а також морепродукти. До цього ж часу оформилася в основних своїх рисах індустрія громадського харчування США, яку багато фахівців вважають найрозвиненішою у світі. Сучасна індустрія громадського харчування США - одна з найважливіших сфер економіки країни. Вона посідає четверте місце по величині матеріальних активів, оцінюваних в 200 млрд. \$, і лідирує серед галузей по числу зайнятих, забезпечуючи робочими місцями близько 8 млн. осіб.

Ресторани швидкого обслуговування пропонують меню, що обмежується гамбургерами, смаженою картоплею, хот-догами, курчатами, різними рибними та національними стравами типу мексиканського тако, італійської піци, українських вареників тощо. Стандартизація меню дозволяє значно прискорити обслуговування. В багатьох з них відвідувачі

навіть самі прибирають посуд, що дозволяє знизити собівартість страв. **За звичай, ресторан швидкого обслуговування спеціалізується на приготуванні однієї головної страви і найчастіше приєднаний до тієї чи іншої мережі, серед яких найвідомішими є McDonald's, Burger King (гамбургери), Pizza Hut, Donino, Godfather's Steak (піца), Long John Silver's, Red Lobster (дари моря), KFC, Church's (курчата), International House of Pancakes, Country Kitchen (млинці), Subway (сендвічі), Tako Bell, El Torito, Chi Chi's (мексиканські страви).**

Кафе (від фр. *Café*; буквально — «місце, де п'ють каву»)- підприємство харчування, що надає гостям **обмежений асортимент блюд і напоїв**, борошняних кондитерських виробів, кисломолочних продуктів у поєднанні з відпочинком і розвагами. **Більшість готельних комплексів у своїй структурі поряд з ресторанами мають невелике кафе.**

Кав'ярня – різновид кафе з різноманітним асортиментом кави. Перша кав'ярня у світі, ймовірно, з'явилася в Каїрі, у п'ятнадцятому сторіччі. Перша європейська кав'ярня відкрилася в Туреччині - в 1457 г. у Стамбулі. В Америці перша кав'ярня була відкрита в 1670 г. у Бостоні.

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

Бар (від англ. bar – брусок, засув, перешкода) – заклад РГ, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через **барну стійку** (bar).

Пивна зала, пивна (pub – англ. *Pub*—скорочення від *Public house*, публічний заклад) – різновид бару або ресторану з широким асортиментом пива. В основному паби зустрічаються в англomовних країнах, таких як Великобританія, Ірландія, Канада, Австралія і Нова Зеландія, у меншій кількості — у США. Паби зустрічаються й в інших країнах, але там вони не є переважними питними закладами.

Кнайпа (укр. *кнайпа*, від нім. *Kneipe* — «пивна») — назва питного закладу в Україні. Іноді крім напоїв у кнайпі подають також і блюда, тому границя між кнайпою і рестораном нечітка. В Україні цей термін найбільше часто вживається у Галичині, особливо у Львові, де може означати «кафе».

Пивоварний бар (brew pub) – різновид бару, у якому варять, продають і організують споживання пива на місці

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

Примітка. Розрізняють нічні клуби з послугами дозвілля: кабаре, більярд, диско тощо

Закусочна, шинок – заклад РГ, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв **нескладного готування**, призначений для **швидкого обслуговування** споживачів, часто зустрічається самообслуговування.

Примітка. Розрізняють спеціалізовані закусочні: «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики», «Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо (ДСТУ 3862).

Бістро (від фр. bistrot; eating places) – різновид закладу РГ швидкого обслуговування, що продає і організує споживання їжі і (або) напоїв.

Походження назви: Розповсюджена, у тому числі у Франції, етимологічна легенда зв'язує слово *bistro* з російськ. «быстро»; нібито, під час окупації російськими військами Парижа в 1814—1815, російські офіцери (або казаки) ждали від французьких офіціантів, щоб ті їх обслуговували швидше, і так і виникла назва для закладу, де блюда готуються й подаються незабаром після замовлення. Ця легенда увічнена на меморіальній дошці на одному з ресторанів Монмартра.

Однак ця легенда навряд чи достовірна. Перші фіксації цього слова в такій формі відносяться лише до 1880-х років (по словнику Robert), коли ніяких помітних проявів руської присутності в Парижі не було. З іншого боку, є схожі діалектні слова й просторіччя, що означають **алкогольні напої, торговців винами або власників кабачка, наприклад, bist(r)ouille, bistringue або bistroquet.** Французький етимологічний словник Robert пов'язує поширення цієї групи слів з діалектним (Північ Франції) *bistouille* – пійло, поганий алкоголь, а «російську» версію походження слова кваліфікує як «чисту фантазію».

Таверна (У Древньому Римі невеликі, збиті з дощок, будки й будиночки називали *Taberna*. Пізніше, цим словом стали позначати різні крамниці, майстерні, магазини й кабачки. У період розвитку кам'яного будівництва, нижні поверхи звичайно віддавали під таверни) – різновид кафе з асортиментом страв **інших країн**, відмінною ознакою якого є **широкий асортимент алкогольних напоїв.** В Італії аналог бару.

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

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

Примітка. У навчальних закладах, установах, промислових підприємствах, об'єктах роздрібної торгівлі тощо кафетерій організує споживання, як правило, через кафетерійну стойку (ДСТУ 3862)

Буфет – Заклад РГ із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, **стоячи чи продають на винос** (ДСТУ 3862).

Місце розташування

Залежно від місця розташування розрізняють:

- **міські ресторани.** Розташовані в міській зоні і пропонують

різноманітний асортимент блюд, закусок, напоїв або спеціалізуються в наданні обідів і вечерь. Працюють в певні години і мають численних клієнтів;

- **вокзальні ресторани.** Розташовані на вокзалах. **Працюють цілодобово.** Характерний **обмежений набір блюд, закусок, напоїв, невисокий рівень цін і відносно швидке обслуговування;**

- **вагони-ресторани.** В основному є в потягах далекого прямування і призначені для обслуговування пасажирів, що знаходяться в дорозі. У меню вагонів-ресторанів входять холодні закуски, перші і другі блюда, гарячі напої, комплексні обіди, а також дорожні набори в пакетах, кондитерські вироби, фрукти, соки, мінеральні і фруктові води, що відпускаються офіціантами в усіх вагонах потяга;

- **ресторани на теплоходах.** Призначені для обслуговування пасажирів і туристів на шляху подорожі. Обслуговування здійснюється офіціантами, але може застосовуватися і самообслуговування. На великих теплоходах може бути декілька ресторанів;

- **ресторани для автотуристів,** що не бажають залишати автомобіль, розташовані біля шосе. З метою економії часу клієнти обслуговуються прямо в машині офіціантами, що підїжджають до них на роликівих ковзанах. Такий вид ресторанів розповсюджений у США.

Бари можна класифікувати залежно від їхнього розміщення в готельному будинку:

- вестибульний бар служить зручним місцем для зустрічей і бесід (**lobby bar – від англ. lobby – вестибюль**);

- ресторанный бар традиційно є привабливим елементом інтер'єру ресторану;

- допоміжний бар являє собою торговий намет, розташований у глибині готельного будинку, **на поверсі.** У великих готелях їх може бути декілька. **Тут зосереджуються запаси вина, пива й інших напоїв для обслуговування гостей безпосередньо в номерах;**

- банкетний бар розташований у банкетному залі. Використовується **винятково для обслуговування банкетів і конференцій.** Як правило, банкетний бар має великий запас дорогих і популярних сортів вина, напоїв, пива;

- бар при басейні. Високорозрядний готель (не тільки курортний) немислимий без басейну і бара при ньому, де гості можуть розслабитися з келихом екзотичного коктейлю;

- міні-бари - маленькі бари з холодильником у гостьових кімнатах. Призначені для постачання гостей **напоями в будь-який час доби.** Запаси напоїв у міні-барах поповнюються щодня, а вартість випитого додатково включається в загальний рахунок.

Контингент клієнтів, що обслуговуються (гостей). Залежно від цього критерію виділяють підприємства харчування:

- загальнодоступні;

- закриті – пов'язані з обслуговуванням певного контингенту клієнтів. Хоча ресторани, кафе, бари в складі готельних комплексів призначені для першочергового обслуговування гостей, у більшості випадків вони є загальнодоступними. Підприємства ж харчування в складі готелів-клубів, пансіонатів обслуговують тільки своїх гостей.

Асортимент продукції (спеціалізація)

Залежно від широти асортименту пропонованої продукції насамперед можна виділити дві великі категорії підприємств харчування:

- повносервісні;
- спеціалізовані.

Серед типів підприємств харчування повносервісними в більшості випадків можуть бути **тільки ресторани і кафе**, оскільки вони пропонують широкий вибір закусок (як мінімум 15), блюд, хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів, різних напоїв. У меню повносервісних ресторанів і кафе висока частка фірмових і замовлених блюд, що відносять до розряду блюд "високої кухні" (франц. haute cuisine). **Для повносервісних ресторанів характерний дуже високий рівень обслуговування:** метрдотель зустрічає і саджає гостя за стіл, старший офіціант дає поради з приводу страв, пояснює, в чому особливі якості страв, він радить, яке вино краще підходить до страв, що замовляються.

Спеціалізовані ресторани. Спеціалізація ресторанів може бути дуже різноманітною: сімейні, повсякденні тощо. Ресторани можуть спеціалізуватися і на приготуванні національних страв, сніданків, обідів тощо.

Сімейні ресторани — це сучасний варіант стилізації під старомодну кав'ярню. Більшість закладів такого типу знаходиться в приватному володінні. Розташовуються вони, як правило, в **престижних передмістях**, зонах проведення вільного часу родинами, в зонах прогулянок містом або в мальовничій місцевості. **Оформлення інтер'єру, як і меню — прості.** В деяких з них можна замовити напої — пиво, вино чи коктейль. **В дверях, за звичай, гостей вітає хазяйка (вона ж, як правило, касир), проводить їх до столика, потім офіціанти приймають замовлення.** Іноді в таких ресторанах є салатно-десертний бар.

Ресторани національної кухні (в Америці їх називають етнічними) за типом власності найчастіше є незалежними, їх власники намагаються запропонувати щось «гостреньке» місцевим мешканцям та гостям, а **представникам національної діаспори — нагадати їх батьківщину.**

Тематичні ресторани присвячуються певній темі: Дикий Захід, футбол, рок-н-ролл тощо. **За звичай, вони пропонують обмежений вибір страв, адже їх головне завдання - створити настрій, атмосферу.**

Розглянута ознака класифікації підприємств харчування дуже умовна, у зв'язку з чим той самий ресторан може бути одночасно і повносервісними і спеціалізованим. Наприклад, спеціалізуючись на **блюдах французької кухні, ресторан одночасно пропонує широкий**

асортимент їх найменувань.

Примітка: на думку західних гурманів французькі і італійські ресторани є найкращими в світі.

Місткість

Для ресторанів вона може становити від 50 до 500 місць, кафе-від 50 до 150 місць, їдалень- 50, 100, 200, 500 місць і більше і т. д.

Форма обслуговування

По застосовуваних формах обслуговування підприємства харчування поділяють:

- на підприємства самообслуговування;
- з частковим обслуговуванням офіціантами (наприклад, шведський стіл – форма обслуговування, яка за певну фіксовану плату, дозволяє вибрати із запропонованого набору страви за смаком і в бажаній кількості)[5];
- з повним обслуговуванням офіціантами;
- з обслуговуванням буфетниками.

Час функціонування

Підприємства харчування бувають:

- постійно діючі;
- сезонні;
- ті, що працюють у денний і вечірній час;
- ті, що працюють у нічний час (нічні бари);
- ті, що працюють цілодобово.

Рівень обслуговування

Єдиної, прийнятої в усьому світі класифікації ресторанів за рівнем обслуговування не існує. У Великобританії, наприклад, як і стосовно готелів, виділяють 5 рівнів. Замість зірок використовують знак: «схрещені ніж і виделка». **За встановленими вимогами оцінюються комфорт, зручність, кухню, обслуговування і атмосфера.** Скромно оформлений ресторан з люб'язним персоналом може розраховувати на одну відзнаку, а ресторан міжнародного класу, що виконує безліч вимог, одержить 5 відзнак. **Ресторани, як і готелі, перевіряються анонімно. За включення до каталогу або довідника-путівника плата з власників не береться. Важлива тільки оцінка інспектора.**

У колишньому СРСР усі підприємства харчування поділяли на п'ять цінкових категорій: перша, друга, третя, вища, люкс.

В Україні підприємства харчування поділяють на такі категорії ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»:

- люкс;
- вища;
- перша;

3. Крім закладів РГ, представлених в ДСТУ 4281:2004, в міжнародній практиці часто зустрічаються національні заклади

харчування:

Чайханá(від *чай* і перс. *хана* — дом, приміщення) — чайна в Східній Азії, Ірані. **Клімат і іслам наклали** свій відбиток на заклади громадського харчування на сході. Більшу частину року стоїть жарка погода, змушуючи споживати **багато рідини**. Для тамування спраги самим популярним напоєм у цих місцях є зелений чай. Іслам забороняє своїм послідовникам уживання **спиртних напоїв, що привело до відсутності традиції їх вживання в мусульманських країнах**. Все це визначило вигляд чайхани, де люди збиралися для пиття чаю і спілкування. Тут можна було почути останні новини, обговорити їх із друзями й знайомими. У минулому в чайхані місцеві жителі, зустрічалися з мандрівниками, купцями й ученими й від них дізнавалися свіжі новини про життя в інших країнах. Тут же складалися папери, укладалися торговельні угоди. **Відвідування ж чайхани жінками вважалося вкрай непристойним. У Східній Азії чайхана сьогодні є одним із самих популярних і відвідуваних місць після мечеті.**

Манга-Кафе (яп. 漫画喫茶, マンガ喫茶 *манга кісса (manga kissa)*, від *кіссатен*, що значить «кафе») — кафе в Японії, де можна почитати японські комікси — **мангу**. Відвідувач платить за час перебування, тобто приблизно від 300 до 500 ієн за годину. У більшості випадків також надається доступ в Інтернет, як в Інтернет-кафе (яп. ネットカフェ *нетто кафе*), — і навпаки, в Інтернет-кафе часто стоять книжкові полки з мангою, тому в Японії ці два поняття взаємозамінні.

Крім того, додаткові послуги включають відеоігри, дешеві закуски, програвачі та багато чого іншого. Деякі заклади **GeraGera**, великої мережі манга-кафе, обладнані душевою кабіною й дитячою кімнатою, де матері залишають дітей, поки читають мангу. Туди не заборонено приносити власну їжу й напої.

У деяких кафе за окрему плату люди можуть залишитися на ніч, що в останні роки стало справжньою проблемою: за приблизними оцінками, близько 5 тис. людей буквально живуть у манга-кафе, використовуючи їх як доступну альтернативу готелям. Таких людей, що не мають власного будинку й часто роботи, називають «біженці інтернет-кафе». Відомий випадок, коли чоловік пробув у кафе цілий місяць і тільки потім був схоплений поліцією, тому що мав при собі 16 ієн, заборгувавши закладу близько 150 тис. ієн (більше тисячі доларів). Весь цей час тридцятирічний Кійосі Ікеда харчувався кавою й тостами за сніданком. Інший неназваний парубок, нездатний оплатити кредит за квартиру, ночував у кафе протягом двох років, причому, за його словами, разом з ним «жили» біля 30-ти людей.

Виступаючи сегментом індустрії гостинності, громадське харчування продовжує змінюватися й розвиватися. З'являються нові кулінарні рецепти, створюється більш продуктивне й економічне устаткування, удосконалюються системи керування. Ці міри спрямовані в остаточному

підсумку на одержання стабільних доходів. Але в основі всього лежить боротьба за клієнта, без якого робота підприємств виявляється безглуздою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперайтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб. та допов. – К.:Альтерпрес, 2008. – 288 с.
2. Вікіпедія
3. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», 2004.
4. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник.-Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с;
5. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва.
6. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму: навчальний посібник. – Ніжин: Видавництво НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с.