

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ  
КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

**ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ**

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

**Орислава Коркуна, Володимир Холявка, Андрій Демічковський,  
Олег Боратинський, Оксана Кулик, Оля Піхур**

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**навчально-методичний посібник**

для студентів спеціальності **241** «Готельно-ресторанна справа»

денної та заочної форм навчання

**Львів – 2019**

УДК

**Рецензенти:**

доктор економічних наук, доцент

***А.П. Голод***

*(Львівський державний університет фізичної культури  
імені Івана Боберського)*

доктор економічних наук, доцент

***Т.М. Заболотський***

*(Львівський національний університет імені Івана Франка)*

Рекомендовано до друку на засіданні вченої ради ЛДУФК ім. І. Боберського,  
протокол № 10 від «13» червня 2019 року

**Організація готельного господарства:** навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О. Боратинський, О.Кулик, О. Піхур – Львів : Видавництво «Добра справа», 2019 -224ст.

**ISBN 978-966-7964-58-8**

© О. Коркуна, В.Холявка, А. Демічковський,  
О.Боратинський, О.Кулик, О.Піхур, 2019  
© Видавництво «Добра справа»,2019

## АНОТАЦІЯ

Навчально-методичний посібник «Організація готельного господарства» висвітлює теоретичні та практичні питання з вивчення та організації роботи готельного господарства. Також у навчально-методичному посібнику розкривається класифікація, призначення, основні характеристики, житлових та нежитлових приміщень готельного господарства, види їх архітектурних рішень, та взаємозв'язок між роботою структурних підрозділів готелю. Розглянуто та визначено вимоги до якості послуг готельного господарства, види та можливості організації спеціальних та додаткових послуг в готелях відповідної класифікації їх за зірковістю. Наведено приклади по побудові концепції готелю. Також в навчально-методичному посібнику «Організація готельного господарства» студентам рекомендовані питання для самоконтролю, та подані теми для написання рефератів, та подані тести для самоконтролю. Даний навчально-методичний посібник дасть змогу студентам успішно розрізняти та класифікувати товари і послуги, що надаються в підприємствах готельного господарства, характеризувати їх за властивостями та видами, а також студенти зможуть опанувати основні стандарти якості які є затверджені ДСТУ, та успішно підготуватися до складання іспиту з курсу «Організація готельного господарства».

## ЗМІСТ

<b>Вступ.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Структура навчальної програми курсу «Організація готельного господарства».....</b>	<b>8</b>
<b>2. Методи та форми контролю.....</b>	<b>35</b>
<b>3. Опорний конспект лекцій.....</b>	<b>37</b>
3.1 Організація готельного господарства: вступ до курсу.....	37
3.2 Тенденції та ознаки готельного господарства.....	40
3.3 Типізація підприємств готельного господарства.....	64
3.4. Система класифікації підприємств готельного господарства.	82
3.5 Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства.....	88
3.6 Організація приміщень житлової групи. Класифікація номерів.....	93
3.7 Організація не житлових приміщень готельного господарства.....	101
3.8. Архітектура та інтер'єр підприємств готельного господарства.....	105
3.9. Організація інтер'єру у підприємствах готельного господарства.....	108
3.10. Кольори та освітлення в інтер'єрі підприємств готельного господарства.....	115
3.11 Організація прибиральних робіт на прилеглий території підприємств готельного господарства.....	118
3.12 Організація прибиральних робіт у житлових групах приміщень підприємств готельного господарства.....	121
3.13 Організація прибиральних робіт у приміщеннях загального користування підприємств готельного господарства.....	123
3.14 Організація білизняного господарства у приміщеннях готельного господарства.....	129
3.15 Організація роботи служб і підрозділів у готельному господарстві.....	132

3.16 Організація роботи служби прийому та служби розміщення у підприємствах готельного господарства.....	139
3.17 Технологія бронювання послуг у підприємствах готельного господарства.....	140
3.18 Організація реєстрації та розміщення гостей у підприємствах готельного господарства.....	143
3.19 Організація роботи обслуговуючих служб на житлових поверхах підприємств готельного господарства.....	155
3.20 Організація інформаційного обслуговування у підприємствах готельного господарства.....	162
3.21 Організація надання додаткових послуг у підприємствах готельного господарства.....	167
3.22 Організація форми обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при закладах розміщення.....	170
3.23 Організація обслуговування споживачів готельного господарства закладами ресторанного господарства.....	172
3.24 Культура обслуговування у підприємствах готельного господарства.....	179
3.25 Організація матеріально-технічного постачання у підприємствах готельного господарства.....	185
3.26 Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування у підприємствах готельного господарства.....	192
3.27 Особливості організації праці у підприємствах готельного господарства.....	195
<b>4. Завдання для самостійної роботи.....</b>	<b>198</b>
<b>Глосарій.....</b>	<b>203</b>
<b>Рекомендована література.....</b>	<b>218</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>221</b>

## ВСТУП

Маючи багаті ресурси гостинності і будучи європейською державою, Україна дедалі частіше стає об'єктом зацікавлення західних туристів, але відсутність належної інфраструктури гальмує інтенсивний розвиток туристичної індустрії в країні. Проте останніми роками спостерігається позитивні зрушення в даній галузі.

Навчальна дисципліна **«Організація готельного господарства»** є однією з базових у підготовці фахівців готельно-ресторанної справи. В останні роки підприємства готельного господарства розвиваються швидкими темпами. До національної економіки багатьох країн, в тому числі і економіки України, сфера гостинності вносить вагомий внесок завдяки, як прямим оплатам, так і через мультиплікативний ефект зв'язків зі сферою туризму, дозвілля і розваг тощо. Значна частина питань з організації підприємства готельного господарства розглядається поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних та додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організації (підприємства) типу і категорії, від організації праці, організації управління тощо, яка виконується кваліфікованими співробітниками.

У процесі вивчення даної дисципліни у студента формується професійно –орієнтовані знання, практичні вміння та навички стосовно професійної діяльності у галузі готельного бізнесу.

Методика викладання дисципліни **«Організація готельного господарства»** визначається системою модульного навчання, що базується на єдності лекцій – екскурсій, лекцій – диспутів, проблемних лекцій, практичних та семінарських занять, екскурсій до кращих підприємств готельного бізнесу, відвідування міжнародних опитувань, самостійної та науково – пошукової роботи студентів, що сприяє розвитку логіки професійного мислення, визначаючи взаємозв'язок між функціональними складовими готельного бізнесу (бронювання, розміщення, харчування, надання додаткових послуг тощо.)

**Метою даного курсу** є набуття спеціальних компетенцій в організації готельного господарства, та формування знань та вмінь з організації діяльності підприємств готельного бізнесу, технологічного процесу обслуговування туристів у готелях, організації готельного сервісу.

**Завданням дисципліни «Організація готельного господарства» є теоретична і практична підготовка студентів спеціальності «Туризм» з наступних питань:**

- ✓ Особливості організації готельного бізнесу в Україні та закордоном;
- ✓ Основні фактори, що впливають на розподіл підприємств готельного бізнесу на типи та категорії;
- ✓ Організація приміщень на підприємствах готельного господарства;
- ✓ Основи організації підприємств ресторанного господарства при засобах розміщення;
- ✓ Організація обслуговування клієнтів в підприємствах готельного господарства різних типів та категорій;
- ✓ Організація допоміжних служб, цехів і обслуговуючих господарств;
- ✓ Організація праці в готельному господарстві.

Усе це свідчить , що вивчення дисципліни **«Організація готельного господарства»** забезпечує формування майбутніх фахівців системи знань, умінь і навичок, необхідних для **професійної** діяльності у сфері готельного бізнесу.

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ  
ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА»**

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	Нормативна (цикл професійної та практичної підготовки)	
Модулів – 2	Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 5		2-й-3-й	2-й-3-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____.		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин – 180		IV-V	IV-V
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання: - аудиторних – 2 - самостійної роботи студента – 4	Освітній рівень:  бакалавр	60 год.	16
		<b>Семінарські</b>	
		60 год.	8
		<b>Практичні</b>	
		-	-
		<b>Лабораторні</b>	
		-	-
		<b>Самостійна робота</b>	
		60 год.	156 год.
		<b>Індивідуальні завдання</b>	
IV семестр	IV семестр		
V семестр	V семестр		

# ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

## **Тема 1: «Організація готельного господарства: вступ до курсу».**

Терміни та визначення понятійного апарату та зміст основних понять готельного господарства.

**Готельне господарство** — це частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення.

Без розвинутого готельного господарства, є неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин.

**Готельне господарство** – це основний фактором і важлива складова туристичної інфраструктури, яка відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки - транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та інші. Таким чином, створення високоефективного готельного господарства відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України.

**Готельна сфера** - це основна складова туристичної індустрії за обсягом матеріальних і фінансових ресурсів, кількістю зайнятих працівників, обсягом доходів у туризмі. Готельний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму.

Організація готельного господарства, як окрема галузь знань. Суть, основні завдання, мета дисципліни «Організація готельного господарства» її місце у навчальному процесі. Загальний огляд дисципліни та її інформаційно – методичне забезпечення. Зміст основних понять готельної справи. Значення поняття «готель», «готельна послуга», «аналогічні засоби розміщення», «інші суб'єкти підприємницької діяльності», що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання). Основні принципи роботи та вимоги до підприємств готельного

бізнесу, аналогічних засобів розміщення, фізичних осіб, що надають послуги тимчасового розміщення.

Специфіка та концептуалізація надання готельних послуг. Особливості готельних послуг що впливають на специфіку функціонування готельних підприємств.

## ***Тема 2: «Тенденції та ознаки готельного господарства».***

Перші згадки про підприємства готельного господарства зустрічаються в манускриптах, один із них – це кодекс царя Вавилону Хаммурапі, в якому були визначені різні правила, наприклад, за що господаря таверни можна покарати. Перші туристичні подорожі були пов'язані з розвитком торгівлі та обміну, перш за все в Азії і на Близькому Сході. Саме діловий туризм став першопричиною появи підприємств готельного господарства на територіях тих регіонів, де проходили великі торговельні шляхи. Вздовж цих шляхів створювалися караван-сараї - спеціальні пункти для людей та загони для верблюдів і коней, які служили для постояльців захистом не тільки від негоди, але і від грабіжників. В Стародавньому світі основними мотивами подорожей, крім торгівлі, було і вивчення світу, оздоровлення (поїздки до мінеральних джерел), навчання. В період розквіту грецьких міст-держав формувались центри, які регулярно відвідували подорожуючі, наприклад Олімпія під час Олімпійських ігор. Для учасників ігор будувались спеціальні житлові будівлі, місця для тренування, надавались побутові послуги (баня, харчування, відправа культових звичаїв). Розвиток торговельних зв'язків сприяв значному зростанню готельного господарства в Європі. Наприклад, в Мілані в **XIV** ст. вже нараховувалося **150** готелів. **XV-XVI** ст. - це час глобальних змін у Європі, пов'язаний з технічним прогресом і географічними відкриттями. В кінці **XV** ст. в Англії з'являються закони, які регулюють роботу постоялих дворів (їх нараховувалось в той час біля **600**), а у Франції вводиться обов'язковий облік постояльців. Однак готельне господарство того періоду було надзвичайно примітивним: не було зручностей, спостерігався поганий санітарний стан.

Розвиток готельного бізнесу України як одного із основних центрів торговельних шляхів, що стояли на перехресті до Польщі, Кримського ханства, Молдови, Туречини, Греції країн Східної та Західної Європи. Тенденції розвитку сучасного готельного

бізнесу: це зокрема створення великих готельних об'єднань, ланцюгів у країнах Азії, Карибському басейні. Унікальні готелі світу. Сучасний стан та тенденції розвитку готельного господарства в Україні.

### ***Тема 3: «Типізація підприємств готельного господарства».***

**Типи готельних підприємств за призначенням, а саме:**

- ✓ готелі для постійного проживання;
- ✓ транзитні готелі;
- ✓ готелі цільового призначення; (поділяються на ділового призначення і готелі для відпочинку)

Функціональне призначення підприємств готельного господарства. Закордонний досвід типізації готелів. Фактори, що впливають на типізацію готельних підприємств. Основні вимоги до готелів. Основні підходи до класифікації засобів розміщення. Класифікація засобів розміщення туристів за ВТО.

### ***Тема 4: «Система класифікації підприємств готельного господарства».***

Проблеми створення міжнародної класифікації готелів. Особливості американської системи класифікації готелів і мотелів. Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу. Основні принципи та загальні підходи до класифікації підприємств готельного господарства в Україні. Класифікація готельних господарств з урахуванням мінімальних вимог до певної категорії. Категорійність номерного фонду.

Характеристика основних вимог до класифікації готелів: навколишньої території, будівель, якості устаткування та обладнання, громацьких та допоміжних приміщень, обслуговуючого персоналу та інше. Характеристика найбільш розповсюджених систем класифікації готельних підприємств різних країн світу.

Основна класифікація готельного бізнесу України – міжнародна система «зірок».

## **Тема 5: «Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства».**

**Сучасні підприємства готельного господарства** – це складний комплексний об'єкт, до якого входить велика кількість приміщень різного функціонального призначення: Групування приміщень підприємств готельного господарства розглядається в залежності від їхнього функціонального призначення:

- ✓ блок приймально – допоміжних приміщень;
- ✓ блок приміщень житлової групи;
- ✓ блок приміщень харчування;
- ✓ блок приміщень адміністрації;
- ✓ блок побутових, підсобних і господарських приміщень.

Усі вище вказані блоки повинні бути взаємопов'язані між собою із урахуванням специфіки функціонального процесу. Залежно від типу готелю, до його структури можуть долучатися додаткові блоки:

- культурно – масового призначення;
- спортивно – оздоровчого призначення;
- ділового призначення.

Основні вимоги до нежитлових приміщень. Основні вимоги до житлових приміщень. Принцип пропорційності розподілу загальної площі номерів між приміщеннями різного призначення. Просторові параметри проектування та організації номерів.

## **Тема 6: «Організація приміщень житлової групи. Класифікація готельних номерів».**

Приміщення, що входять до житлової групи. Номер як окреме приміщення для тимчасового помешкання. Основні елементи номера. Характеристика різних типів готелів: кількість житлових кімнат, їх призначення та обладнання, наявність санвузла та якість його приладдя, прийоми розміщення меблів у номерах. Основні вимоги та особливості організації номерного фонду у підприємствах готельного господарства.

### **Типи номерів:**

**SGL (Single)** — одномісне розміщення.

**DBL (Double)** — двомісне розміщення (такий номер може бути або одним двоспальним ліжком (**double**), або з двома окремими ліжками (**twin**)).

**TRPL (Triple)** — тримісне розміщення (зазвичай два ліжка + додаткова розкладається ліжка, або диван).

**QDPL (Quadriple)** — чотиримісний номер.

**ExB (Extra Bed)** — додаткове ліжка.

**Chld (Child)** — вартість розміщення дитини до **12**-ти років; іноді

**CH** — велика дитина, до **12-15** років; **ch** — маленька дитина — до **6** років, **inf — infant** — дитина **0-2** років. Зазвичай вартість вказується для дитини в номері з двома дорослими **DC (DBL + Chld)**, але також може бути **SC (SGL + Chld), DBL + 2Chld** — два дорослих і дві дитини і **SGL + 2Chld** — один дорослий і дві дитини.

**BO (Bed Only)** — розміщення без харчування.

**ROH (run of the house)** — розміщення на розсуд готелю.

### Особливості готельних номерів:

**STD (Standart), Classic** — стандартна кімната;

**BDR, BDRM (Bedroom)** — номер зі спальнею;

**Superior** — кімната більшого розміру, ніж стандартна;

**Corner room** — кутова кімната;

**Studio** — студія, однокімнатний номер більше стандартного з вбудованою кухнею;

**Family Room** — сімейна кімната, розміром більше стандартної;

**Family studio** — номер для сім'ї з двома суміжними кімнатами;

**Suite** — номер (більше ніж стандартний) з вітальнею і спальнею, з меблями та обладнанням високої якості;

**Suite mini** — номер поліпшеної категорії;

**Junior suite** — двомісний однокімнатний номер великого розміру і покращеного планування;

**De luxe** — такий же номер, але з більш дорогою обстановкою;

**Executive suite, Senior suite** — номер підвищеної комфортності, що складається з двох і більше кімнат;

**Business** — великий номер з оргтехнікою (комп'ютером, факсом), придатний для роботи;

**Honeymoon Room** — номер для молодят;

**Connected Rooms** — поєднані номери, що мають двері-прохід з одного в інший;

**Duplex** — двоповерховий номер;

**Apartment** — номери, наближені до виду сучасних квартир, мають місця для приготування їжі; двох і більше кімнатна квартира;

**President** — найрозкішніші номери готелю, кілька спалень,

кабінет, два- три туалети;  
**Balcony** — номер з балконом

### **Класифікація готельних номерів залежно від виду з вікна.**

**City view** — номер з видом на місто;  
**Beach view** — номер з видом на пляж;  
**Pool view** — номер з видом на басейн;  
**Garden view** — номер з видом на сад;  
**Ocean view** — номер з видом на океан;  
**Land view** — номер з видом на околиці;  
**Dune view** — номер з видом на дюни, піски;  
**Mountain view** — номер з видом на гори;  
**Golf view** — номер з видом на поле для гольфу;  
**Park view** — номер з видом на парк;  
**SV, Sea view** — номер з видом на море;  
**SSV, Side Sea view** — номер з боковим видом на море;  
**Inside view** — номер з видом на атріум або внутрішню частину готелю;  
**Valley view** — номер з видом на долину.  
**ROH (run of the house)** — розміщення в готелі без уточнення типу номера та виду з вікна. На розсуд готелю.

### ***Тема7: «Організація нежитлових приміщень готельного господарства».***

До нежитлових груп приміщень готельного господарства відносяться такі приміщення, як приміщення адміністративної групи, вестибюльної групи, приміщення культурно-масового і спортивно-рекреаційного призначення, приміщення господарського і складського призначення.

#### **До адміністративної групи приміщень належать:**

- ✓ приміщення дирекції;
- ✓ відділ кадрів;
- ✓ відділ постачання;
- ✓ бухгалтерія, каса, планово-економічний відділ;
- ✓ інженерно-технічний відділ.

#### **Характеристика адміністративної групи приміщень:**

- **кабінет директора:** має робочу зону, зону відпочинку, прийому гостей та експозиції;
- **каса:** має броньовані двері, сигналізацію, вікно для видачі грошей, оснащене спеціальною решіткою;
- **бухгалтерія:** має робочі зони для працівників відділу, відокремлену зону або окремий кабінет головного бухгалтера, які оснащені металевими сейфами, столами, комп'ютерами; межує дверима з касою;
- **відділ постачання:** має робочі зони для товарознавців, експедиторів, зону для прийому відвідувачів;
- **планово-економічний відділ:** має робочі зони для працівників відділу, відокремлену зону або окремий кабінет начальника відділу;
- **інженерно-технічний відділ:** має відокремлені зони головного інженера (окремий кабінет), оснащені столами, комп'ютерною технікою, сейфами тощо;
- **приміщення громадських організацій:** має робочі зони, які оснащені столами, комп'ютерною технікою, сейфами та відокремлені зони для проведення засідань, нарад, прийому відвідувачів тощо.

#### **До вестибюльної групи приміщень належать:**

- ✓ гардероб;
- ✓ туалетні кімнати;
- ✓ камера схову;
- ✓ кімната для охорони;
- ✓ ліфти.

#### **Характеристика приміщень вестибюльної групи:**

- **гардероб:** оснащений вішалками для одягу, підставками для взуття, дзеркалом, телефоном, який підключений до внутрішньої мережі;
- **туалетні кімнати:** мінімальна кількість туалетних кімнат, які обладнані **2-ма** унітазами, **3-ма** умивальниками, **2-ма** пісуарами в чоловічому туалеті; **3-ма** унітазами, **3-ма** умивальниками, **1-им** біде в жіночому туалеті. Поряд з цим наявності є дзеркала та одноразові засоби користування;
- **камера схову:** характеризується відсутністю вікон, наявністю броньованих дверей, сигналізацією, стелажми для багажу, сейфів;
- **кімната для охорони** розташована непомітно для гостей. Кімната є прохідною, а для збереження зброї існує сейф;

- **ліфти:** у відповідності до норми **1** ліфт на **5** місць, інтервал чекання має складати не більше **40** секунд. Вантажопідйомність - не менше **6** чоловік.

Організація приміщень культурно-масового призначення та спортивно-рекреаційного призначення має свої характерні особливості.

Складські приміщення класифікують на дві групи: **продовольчі і непродовольчі.**

**До продовольчих складських приміщень відносяться:**

- ✓ склад для молочних продуктів;
- ✓ склад для м'яса, м'ясопродуктів та птиці;
- ✓ склад для риби та рибних продуктів;
- ✓ склад для бакалійних товарів;
- ✓ склад для гастрономії.

**Непродовольчі складські приміщення:**

- ✓ склад для білизни та інвентарю;
- ✓ склад для мийних хімічних засобів;
- ✓ склад для меблів та обладнання;
- ✓ склад для запасних деталей та пристроїв.

Класифікують складські приміщення за умовами збереження товару: опалювальні, неопалювальні, охолоджувальні. Розташовують складські приміщення у підвальних приміщеннях, на поверхах та в окремих будівлях.

Приміщення спортивно рекреаційного обслуговування. Характеристика організації і обладнання приміщень для проведення спортивних ігор, тренувань. Організація інших допоміжних приміщень.

### ***Тема8: «Архітектура та інтер'єр підприємств готельного господарства».***

Архітектурні рішення об'єктів підприємств готельного бізнесу: архітектура, стиль, ландшафтна архітектура, антропогенний ландшафт, інтер'єр. Стиль готелів. Вплив природно – кліматичних чинників, температури і вологості повітря, кількість опадів, інсоляція, швидкість вітру тощо на

проектування споруд підприємств готельного господарства. Маркетингові та рекламні рішення при проектуванні споруд підприємств готельного бізнесу. Принципи організації внутрішнього простору, функції та елементи інтер'єру приміщень підприємств готельного господарства.

### ***Тема9: «Організація інтер'єру у підприємствах готельного господарства».***

Основні поняття та вимоги до формування інтер'єру підприємств готельного господарства, їх основна характеристика. Історія розвитку інтер'єру. Основна характеристика інтер'єру готельних комплексів. Меблі в оформленні інтер'єру. Роль кольору в інтер'єрі. Озеленення готельних комплексів. Дослідження особливостей інтер'єрного рішення. Оцінка інтер'єру основних груп приміщень готелю. Шляхи удосконалення інтер'єру готельних підприємств. Позитивні та негативні тенденції в оформленні інтер'єру готельного господарства. Переоснащення номерів готелю. Особливості догляду за зеленими насадженнями в приміщеннях. Декоративне оформлення приміщень готелю.

### ***Тема10: «Кольори та освітлення в інтер'єрі підприємств готельного господарства».***

Колір та його особливості. Основні способи створення кольорової гамми для оздоблення приміщень. Закони контрасті.

«Інтер'єр» це невід'ємна частка архітектури, та роль кольору тут не обмежується створенням комфортних умов, а й багаточисельністю певних факторів. Зокрема це:

- ✓ структура, форма і величина приміщення;
- ✓ ступінь освітленості природнім світлом;
- ✓ характер джерела штучного освітлення;
- ✓ кольорове оточення;
- ✓ відстань до стіни де є присутні елементи оформлення (в даному випадку інформаційні стенди);
- ✓ загальна композиційна ідея;
- ✓ мікроклімат приміщень;
- ✓ розмір і матеріал огорожуючих поверхонь;
- ✓ сторона світу з якого знаходиться приміщення.

Аналіз впливу природного та штучного освітлення зміню кольорового відтінку площини, принципи поглинання та виділення контрастів тонів. Оздоблюючі матеріали, та їх фактурні характеристики, що впливають на візуальне сприйняття кольору. Світові тенденції та особливості моди, стилю, використання кольорових гамм та освітлення у приміщеннях підприємств готельного бізнесу.

### ***Тема 11: «Організація прибиральних робіт на прилеглий території підприємства готельного господарства».***

Для здійснення контролю санітарно-екологічного стану навколишньої території за конкретним підприємством готельного господарства закріплюється певна площа.

#### **На території підприємства готельного господарства можуть знаходитись:**

- ✓ озеленені площі у вигляді паркових зон;
- ✓ водоймища, річки;
- ✓ мінеральні джерела;
- ✓ тротуари, автошляхи, автостоянки;
- ✓ розважальні майданчики;
- ✓ інше.

Санітарно-екологічний стан прилеглої території контролюють Державні санітарні й екологічні служби. Відповідно до вимог цих служб підприємства готельного господарства щоденно здійснюють прибирання навколишньої території. Залежно від пори року, погодних умов, особливостей догляду за об'єктами, що розташовані на закріпленій території, виконуються відповідні прибиральні роботи. Основні прибиральні роботи на території підприємства готельного господарства організовують і проводять впродовж часу, коли немає людського потоку, або він не дуже інтенсивний. В організації прибиральних робіт на прилеглих територіях існують певні особливості залежно від пори року. Основні прибиральні роботи є в осінній період. Осіння побілка дерев. Прибирання листя опалого, та іншого сміття. Роботи щодо утеплення коренів багаторічних насаджень.

## ***Тема12: «Організація прибиральних робіт у житлових групах приміщень підприємств готельного господарства».***

Нормативи проведення прибиральних заходів. Підготовка покоївки до роботи. Технологія прийому гостей та їх заселення. Екологічне прибирання як новий напрямок проведення клінінгових операцій житлових помешкань готелю. Прибиральні машини та механізми. Нормативні документи: «Правила поведінки персоналу під час проведення прибиральних робіт»

Вимоги до рівня комфорту належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду.

### **Складові технологічних циклів прибиральних робіт:**

- ✓ поточне щоденне прибирання;
- ✓ проміжне прибирання;
- ✓ прибирання номерів після виїзду гостей;
- ✓ генеральне прибирання;
- ✓ ведення білизняного господарства;
- ✓ використання засобів для миття і чищення;

Послідовність прибиральних робіт у номерах. Контроль якості прибирання і утримання житлового фонду готельного підприємства, забезпечення предметами одноразового користування, іншими матеріалами.

## ***Тема13: Організація прибиральних робіт у приміщеннях загального користування підприємств готельного господарства».***

Прибиральні роботи у коридорах, холах, вітальнях, службових приміщеннях тощо. Обсяг та послідовність прибиральних робіт приміщень загального користування. Технологія прибирання і дезінфекція санітарних вузлів, душових, санвузлів тощо. Контроль за здійсненням прибирання у приміщеннях загального користування. Підготовка технічних карток періодичності виконання прибиральних робіт. Характеристика механізмів, інвентарю і матеріалів, що використовуються в процесі проведення прибиральних робіт.

Вимоги до збереження і утримання притирального інвентарю, механізмів і матеріалів.

#### **Тема 14: «Організація білизняного господарства у підприємствах готельного господарства» .**

Для дотримання вимог щодо своєчасної заміни білизни в номерному фонді підприємства готельного господарства можуть мати у своєму складі пральню, де здійснюється прання, дрібний ремонт і прасування білизни. У разі, якщо пральні немає, готельне підприємство користується послугами пральних підприємств і хімчистки. Білизняне господарство номерного фонду функціонує в кожному підприємстві готельного господарства незалежно від категорії готелю, наявності спеціального персоналу, оснащеності приміщень устаткуванням та інвентарем для чистої та брудної білизни (білизнопровід і білизнопідйомник, вантажопасажирські ліфти, візки для перевезення білизни). На кожному поверсі підприємства готельного господарства організовують спеціальне приміщення для збереження чистої та збирання брудної білизни. Головне приміщення для чистої білизни сполучається вантажним ліфтом з поверховими білизняними кімнатами, в яких передбачається місце для лагодження й прасування білизни. Головне приміщення для брудної білизни сполучене з поверховим білизнопроводом. Іноді приміщення для зберігання використаної білизни облаштовують у підвалі.

На підприємствах готельного господарства (**місткістю до 300 місць**) визначений норматив площі **0,33-0,39 м<sup>2</sup>** на одне ліжко-місце. Встановлена також норма на шафи (білизняні) у господарських кімнатах невеликих готельних підприємств: **0,06-0,04 м<sup>2</sup>** на одне місце; на гардеробні шафи для персоналу: **0,07-0,05 м<sup>2</sup>** на одну особу.

Приміщення для збору чистої білизни оснащують стелажми, столом для перевірки білизни на цілісність та оформлення супровідних документів.

Приміщення для брудної білизни оснащують контейнерами або візками для збирання та сортування білизни, столом для оформлення супровідних документів.

Після **11.00** покоївки відносять брудну білизну в спеціальне приміщення, де сортують за видом і призначенням і складають у мішки. На мішки прикріплюють супровідні документи та через білизнопровід відправляють до пральні.

Білизнопровід сконструйований таким чином, що мішки з брудною білизною потрапляють до приймальної у пральні. Якщо на підприємстві готельного господарства білизнопроводу немає, покоївка транспортує брудну білизну в контейнері або на візку в пральню, використовуючи службовий ліфт.

Доставку білизни до пральні здійснюють у визначений для кожного поверху час.

У пральні брудну білизну приймають за кількістю, станом забруднення і цілістю (розриви, пошкодження) та проводять додаткове сортування.

Щодня випрану та випрасувану білизну розкладають у чисті візки та із супровідними документами відправляють на поверхи. Випрану білизну доставляють за графіком.

Чисту білизну розміщують за найменуванням на стелажах у приміщеннях для чистої білизни. Це дає змогу вести облік білизни на поверсі.

Для ритмічної роботи покоївок, недопущення проблем щодо недостатності білизни проводиться її розрахунок відповідно до потреб номерів.

Визначення кількості білизни залежить від категорії готельного підприємства.

На підприємствах готельного господарства в різних країнах існують неоднакові підходи до розрахунку кількості необхідної білизни для одного місця. В Україні кількість білизни визначається з урахуванням вимог **ДСТУ 4269:2003** «Послуги туристичні. Класифікація готелів», де вказана періодичність заміни білизни в готелях різних категорій.

Для **одно-двозіркових готелів** у покоївки передбачено **6-8** комплектів, для **три- чотиризіркових** - не менше **7-12** комплектів білизни.

**Комплектування білизни на одне місце здійснюють з розрахунку:** два простирадла або одне простирadlo і підодіяльник; наволочка; один махровий рушник і один лляний.

**У готелях вищих категорій комплект білизни додатково містить:** малий махровий рушник; рушник для обличчя; рушник для ніг; серветки для ванни.

Списання білизни визначається мірою зносу, на який впливає якість самої білизни, частота прання, транспортування, умови зберігання.

### ***Тема 15: «Організація роботи служб і підрозділів у готельному підприємстві».***

Адміністративно-управлінська служба, її значення, склад та обов'язки, співробітників. Служба прийому та розміщення (рецепшн), її значення, склад та обов'язки персоналу. Вимоги до персоналу рецепції. Служба (відділ) бронювання. Основні вимоги до персоналу служби (відділу) бронювання. Служба обслуговування номерного фонду, її значення, склад, та обов'язки персоналу. Основні вимоги до персоналу служби обслуговування номерного фонду. Організація харчування у готелях та аналогічних засобах. Основи організації закладів ресторанного господарства готельних підприємств. Комерційна служба, інженерно-технічна служба, відділ маркетингу, відділ екології тощо, їх значення, обов'язки, місце в організаційній структурі управління готелем. Служби, що забезпечують надання додаткових послуг у готелі.

### ***Тема 16: «Організація роботи служби прийому та розміщення у підприємствах готельного господарства».***

**Основними функціями служби прийому вважаються:**

- ✓ бронювання місць у готелі;
- ✓ реєстрація і розміщення туристів;
- ✓ оформлення розрахунків при виїзді гостя, надання різної інформації.

Посадові обов'язки працівників служби прийому, а також навички і знання, необхідні для їх виконання, визначаються професійними стандартами.

Служба прийому і розміщення повинна забезпечувати максимальне завантаження готелю, запобігаючи простоям. При реєстрації й оформленні виїзду працівники служби здійснюють розрахунок за проживання в готелі і додаткові послуги. При виписці перевіряють рахунок гостя, уточнюють усі його витрати за час проживання і приймають оплату. Велику важливість має контроль за виїздом, щоб не допустити від'їзду гостей, що не сплатили за рахунком.

Черговий адміністратор, починаючи роботу, має переглянути журнал із записами попередньої зміни. В ньому

фіксується інформація про те, що відбулося за зміну, про потреби гостей, що звернулися до служби в цей проміжок часу, але не задоволених за якихось причин. Перед початком роботи необхідно також переглянути інформацію про наявність вільних місць і заявки на поточну добу. До обов'язків адміністратора входить також і облік використання номерного фонду.

До обов'язків портье відноситься збереження і видача ключів від номерів проживаючих за карткою гостя, а також відповідь на запитання гостей щодо якої-небудь інформації або отримання послуги.

Касир контролює своєчасну оплату всіх видів послуг, одержує оплату за проживання при розрахунку готівкою і складає касові звіти для бухгалтерії.

Паспортист перевіряє паспортні дані, правильність їхнього занесення до реєстраційної картки, контролює терміни дії віз. Американські та європейські принципи роботи служби прийому.

### ***Тема 17: «Технологія бронювання послуг у підприємствах готельного господарства».***

**Бронювання** - це попереднє замовлення місць і номерів у готелі. З цього процесу починається обслуговування гостей в готелі. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів. Крім формального збору заявок, відділ бронювання має вивчати попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходять в даному регіоні, прогножуючи попит на місця та аналізуючи завантаження номерів у минулі і поточний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю. Основні вимоги до здійснення бронювання. Спосіб здійснення бронювання. Подвійне бронювання. Види бронювань. Відмова у бронюванні. Зміна заявки негарантовано бронювання, Анулювання послуг. Терміни анулювання послуг. Штрафні санкції залежно від термінів анулювання послуг. Складання звіту бронювання. Сучасні системи інтернет-бронювання. Бронювання на власній Інтернет – сторінці готелю. Центральна система бронювання. Приєднана мережа бронювання.

## **Тема 18: «Організація реєстрації та розміщення гостей у підприємствах готельного господарства».**

**Основні етапи заселення туриста у готель.** Попереднє замовлення місць дає можливість заздалегідь підготувати номери до заселення, спланувати роботу адміністраторів і підношувачів багажу. Напередодні заїзду групи адміністратор заповнює картку підготовки і заселення номерів (картку бронювання).

При поселенні туристської групи до готелю її керівник пред'являє адміністраторові направлення туристської фірми (документ, що підтверджує право проживання даної групи в готелі і гарантуючий, що оплата зроблена) і список групи, оформлений відповідно до вимог паспортного режиму.

Адміністратор повідомляє номери кімнат, що заброньовані для даної групи. Туристи з групи розміщаються звичайно у двомісних номерах. Усі туристи приносять ваучер. Адміністратор заповнює груповий дозвіл на поселення за безготівковим розрахунком, де вказуються номери кімнат, у яких будуть жити туристи.

Кожному гостеві адміністратор виписує візитну карту. Рахунок за проживання при реєстрації групи не виписують, тому що оплата здійснюється за безготівковим розрахунком.

Дуже часто в туристських фірмах разом з путівкою туристам видають ярлики з номерами для багажу. Номер на ярлику відповідає порядковому номеру туриста в списку групи, щознаходиться у керівника групи. Порівнявши номери на багажі й у списку групи, підношувач визначає номер кімнати і доставляє туди багаж.

Часто для того, щоб не сплачувати ще за добу проживання, туристи звільняють номери, а багаж здають до камери схову. Але за групою залишається один номер для відпочинку туристів.

### **Правила заповнення документів первинного обліку:**

- ✓ **Форма №1** «Анкета проживаючого»;
- ✓ **Форма №2-Г** «Реєстраційна карта»;
- ✓ **Форма №3-Г** «Візитна карта готелю»;
- ✓ **Форма №4-Г** «Рахунок»;
- ✓ **Форма №5 –Г** «Журнал обліку громадян, які проживають у готелі»;
- ✓ **Форма №6-Г** «Журнал обліку іноземців»;
- ✓ **Форма №7-Г** «Журнал обліку заявок бронювання»;

- ✓ **Форма №8-Г** «Касовий звіт» ;
- ✓ **Форма №9** –Г «Відомості руху номерів у готелі»;
- ✓ **Форма №10-Г** «Журнал осіб, які проживають на поверсі».

***Тема19: «Організація роботи обслуговуючих служб на житлових поверхах підприємств готельного господарства».***

Види послуг, що надає готель та його персонал мешканців на поверсі. Технологія їх надання. Побутове обслуговування мешканців готелю. Основні послуги,що надають безкоштовно: виклик швидкої допомоги, виклик лікаря і доставка ліків; користування аптечкою першої медичної допомоги; доставка в номер або вручення персоналом готелю особистої кореспонденції; збереження ручного багажу; збереження цінностей та грошей, що здаються за описом. Додаткові платні послуги що надаються на поверх та організація послуг, щодо прання , прасування, дрібного ремонту одягу та речей мешканців та інші. Інформування гостя про характеристики та особливості експлуатації побутовими приладами, якими обладнаний номер .Організація виїзду із номерів. Прийом номера персоналом у мешканця. Порядок складання актів на відшкодування збитків за псування готельного майна і актів на забуті речі. Порядок збереження і повернення забутих речей мешканцям.

***Тема20: «Організація інформаційного обслуговування у підприємствах готельного господарства».***

Значення інформаційного обслуговування в готелях. Автоматизоване управління готелем. Організаційні аспекти застосування Інтернет технологій у процесі обслуговування споживачів у готельних підприємствах. Організація роботи інформаційної служби. Характеристика інформаційних послуг. Значення WEB-сайту готелю, як джерела інформації про готель. Автоматизація основних процесів у підприємствах готельного бізнесу. Автоматизація робочого місця порте: порядок поселення, вибір місця і номера, для помешкання, порядок бронювання і резервування місць, індивідуальне та групове поселення, список проживаючих у готелі на певну дату, порядок розрахунку, кошторис надання основних і додаткових послуг, касовий звіт, за добу , нічний аудит.

## **Тема 21: «Організація надання додаткових послуг у підприємствах готельного господарства».**

Зрозуміло, що готелі різного рівня і «зірковості» пропонують і зовсім різний додатковий сервіс. Адже тих, хто зупинився в бюджетному номері, навряд чи зацікавить наявність вертолїтного майданчика. У той же час, відсутність інтернету чимало здивує бізнесмена.

**Зазвичай готелі пропонують платні і безкоштовні послуги.**

**До платних відносяться:**

- харчування в ресторані;
- екскурсії;
- міжнародні розмови по телефону;
- пральня і хїмчистка;
- спортивний і тренажерний зал;
- послуги перекладача;
- конференц-зал з усім обладнанням;
- оформлення віз;
- організація банкетів;
- надання сейфа;
- трансфер.

У деяких випадках доведеться платити за доставку їжі в номер або наявність міні-бару. Варто відзначити, що подїбного роду послуги високо цїнуються у заможних гостей. Що стосується безкоштовних додаткових послуг, то вони покликані формувати лояльність постояльцїв. І часто саме завдяки таким, здавалося б, незначним крокам з боку готелю, його гості зупиняться тут в черговий раз, а не шукатимуть бїльш комфортне місце.

**До неплатних послуг відносяться:**

- медичну аптечку і виклик машини «Швидкої допомоги»;
- доставку преси та листїв;
- доступ до Інтернету;
- носильника;
- виклик таксі;
- замовлення квитків на поїзд і літак;
- інформацію про місцеві пам`ятки та розваги, замовлення про пробудження в призначений час;
- окріп, голку й нитки;
- користування бізнес-центром та інше.

Ще раз нагадаємо, що все залежить від можливостей готелю. Невеликі заклади цього типу навіть сніданок не готують самі через відсутність кухні. Але щоб сервіс був на достатньому

рівні, з ситуації виходять, замовляючи його у кейретінгових фірм. Різноманітні акції та спецпропозиції користуються незмінною популярністю в окремих груп клієнтів. Наприклад, молодят порадує прикрашеним квітами номером з шампанським та цукерками. Пакет вихідного дня передбачає дві доби відпочинку плюс кілька безкоштовних годин і додаткові послуги, звичайно ж, без плати за них. До дня народження гостя готель може запропонувати будь-яку з таких послуг у подарунок або привітати іменинника тортом зі свічками.

Подібна увага викликає почуття вдячності і задоволеності у постояльців, що, у свою чергу, підвищує привабливість закладу і створює йому непогану репутацію.

### ***Тема 22: «Організаційні форми обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при закладах розміщення.»***

Умови харчування споживачів готельних послуг у закладах ресторанного господарства. Основні види сніданків. Європейський сніданок. Розширений європейський сніданок. Англійський сніданок. Американський сніданок. Сніданок з шампанським. Пізній сніданок. Складові елементи національних сніданків деяких народів світу.

#### **Методи обслуговування споживачів:**

- ✓ «А ля Карт»;
- ✓ «А парт»;
- ✓ «Табльдот»;
- ✓ Швецький стіл;
- ✓ Буфетне обслуговування.

#### **Найбільш розповсюджені форми обслуговування:**

- ✓ Французька;
- ✓ Англійська;
- ✓ Американська;
- ✓ Російська.

**Тема 23: «Організація обслуговування споживачів готельних послуг закладами ресторанного господарства».**

Підготовка приміщень до обслуговування вівідувачів. Процес підготовки залу до обслуговування. Розміщення обідніх столів. Сервіровка столу. Організація та технологія обслуговування банкетів і прийомів. Банкет за столом з повним обслуговуванням. Банкет-фуршет. Банкет-коктель. Банкет-чай. Організація та технологія обслуговування у номерах готельних підприємств. Підготовка візка офіціанта для обслуговування у номері готелю. Спеціальні правила обслуговування в номерах.

**Тема 24: «Культура обслуговування у підприємствах готельного господарства».**

Панорама культури сьогодення досить барвиста. Зовсім незначна частина населення світу є носієм архаїчної культури; більша частина людства перебуває на рівні традиційної, аграрної культури; і лише одна третина з **5-6 млрд.** людей досягла стадії науково-технічної, сучасної культури. Внаслідок потужного розвитку засобів масової комунікації та інформації сучасна культура впливає на архаїчну і традиційну культуру багатьох народів світу. Для сучасної культури характерні, насамперед, процеси індустріалізації.

Процеси індустріалізації походять з далекого минулого, але сьогодні вони прискорилися. Зруйновано старі звичаї, змінено звички вжитку, індустріалізація сприяє зміні культури середовища. Інформація і різноманітність техніки інформації сприяють посиленню абстрактної раціоналізації колективного життя. Сюди потрібно приєднати ще такі явища, як прискорене навчання, розповсюдження великих тиражів преси, супутникове телебачення, Інтернет тощо. Все це призвело до створення досить ефективного світу думок - нової культури. Тобто, сьогодні культура середовища, сучасна науково-технічна культура є своєрідним набором різних мікрокультур, які варто синтезувати в єдине ціле. Необхідно врахувати ще ряд факторів сучасного світу: прискорення розвитку техніки, транспорту і зв'язку, загроза руйнування навколишнього середовища і вичерпність природних ресурсів, зростаючої взаємозалежності та взаємозв'язок усіх країн тощо. Всі ці фактори призводять до того, що культурне співробітництво перетворюється на фундаментальну необхідність

виживання людства. Усі культури, в традиційному розумінні, народи мають власний фольклор, свою власну культурну свідомість, що склалася завдяки праці багатьох поколінь, що обов'язково потрібно враховувати в процесі організації обслуговування в готельному господарстві.

**Обслуговування гостей у готельному господарстві** - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готельного господарства, тим привабливішим воно для гостей, тим успішніша його діяльність.

**Культура обслуговування** - це комплексне поняття про рівень фізичного та психологічного комфорту.

**Якість обслуговування** - це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби гостей; це динамічний показник, що постійно розвивається і удосконалюється.

На формування якості обслуговування впливають зовнішні фактори (державна політика в туристичній галузі, структура готельного господарства, науково-технічний прогрес у готельному господарстві, територіальний розподіл підприємств готельного господарства) та внутрішні (кадрова політика й управління кадрами, комплексна матеріально-технічна база готелю).

Принципи та елементи системи якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для забезпечення ефективності послуг, включаючи аналіз послуг, встановлює "ДСТУ ISO 9004-2-96 Управління якістю та елементи системи якості. **Частина 2. «Настанови щодо послуг»**. Цей стандарт поширюється на установи, організації, підприємства, в тому числі готельні, що діють на території України, незалежно від форм власності.

**На підприємствах готельного господарства якість послуг має свої особливості формування, а саме:**

- ✓ неправомірно ототожнювати якість обслуговування та якість послуг;
- ✓ послуги задовольняють конкретні потреби, а не абстрактні;
- ✓ специфічні особливості якості послуг та якості продукції.

**Специфічними особливостями готельних послуг є:**

- ✓ споживання готельних послуг збігається з їх виробництвом; оцінити якість послуг можна лише в процесі споживання;
- ✓ готельні послуги не підлягають збереженню та накопиченню;

**Надаючи готельні послуги, працівник готельного підприємства вступає в безпосередній контакт із споживачем:**

- ✓ на відміну від товарного ринку, де товар "йде" до покупця, в готельному господарстві, навпаки, споживач "йде" до послуг готельного підприємства, тобто готельна послуга не підлягає транспортуванню;
- ✓ попит на готельні послуги коливається залежно від циклів життєдіяльності людей; так для готельного господарства характерні добові, тижневі, місячні, річні коливання попиту.

Підвищення якості обслуговування готельного господарства має важливе значення для самого готелю, споживача та національної економіки. Надання якісних послуг сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростання престижу готелю.

### ***Тема 25: «Організація матеріально-технічного постачання у підприємствах готельного господарства».***

Планування успішної роботи готельного підприємства, надання комплексу основних і додаткових послуг споживачам суб'єкти господарювання повинні бути забезпечені необхідним для експлуатації устаткуванням та інвентарем, меблями, білизною тощо, а також мати у своєму розпорядженні такі засоби експлуатації, які обов'язкові для інженерного обслуговування підприємства готельного господарств (опалення, освітлення, водопостачання).

Для ефективного вирішення цих питань організовують допоміжні служби, цехи й обслуговуючі підрозділи, які створюють службу матеріально-технічного забезпечення у готельних підприємствах.

## **Основне завдання цих служб полягає у:**

- ✓ визначенні потреби підприємства в матеріальних і технічних ресурсах;
- ✓ пошуку можливостей покриття визначених потреб;
- ✓ здійсненні контролю за правильним використанням матеріально-технічних ресурсів;
- ✓ забезпеченні економного використання матеріально-технічних ресурсів.
- ✓ Раціональна організації роботи допоміжних служб та економне використання ресурсів потребують здійснення розрахунків щодо потреби в необхідних ресурсах. Необхідність планування ресурсів обумовлена:
  - ✓ великою кількістю конкурентів на ринку готельних послуг;
  - ✓ різноманітністю можливих форм взаємодії з постачальниками та підприємствами-посередниками;
  - ✓ вимогами науково-технічного прогресу (оперативно враховувати й освоювати новітні досягнення науки і техніки).

Це вимагає від працівників, які відповідають за постачання різних видів ресурсів, уважно вивчати якісні характеристики продукції, виготовленої різними постачальниками, та умови їх постачання.

## **Планування матеріально-технічного забезпечення (постачання) підприємств готельного господарства повинне:**

- ✓ забезпечити безперервність роботи готельного підприємства, що досягається шляхом правильної організації постачання необхідних ресурсів до готелю у необхідній кількості та відповідної якості;
- ✓ сприяти підвищенню технічного рівня виробництва послуг, впровадженню автоматизації, нових технологій, а також розширенню асортименту додаткових послуг, що, є найважливішим чинником збільшення прибутку підприємства готельного господарства;
- ✓ поліпшувати якість обслуговування шляхом закупівлі товарів високої якості;
- ✓ підвищувати продуктивність праці персоналу та забезпечувати економне використання матеріальних ресурсів. Планування матеріально-технічного постачання підприємств готельного господарства розробляється бухгалтерією та плановим відділом підприємства.

Перед персоналом, який відповідає за цей напрям роботи, постають такі завдання: організація контролю над постачанням в обсязі й асортименті відповідно до укладених договорів;

- ✓ дотримання нормативу та структури товарних запасів;
- ✓ здійснення заходів щодо зниження товарних втрат при збереженні та транспортуванні;
- ✓ розробка плану матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) готельного підприємства.

### ***Тема 26: «Організація санітарно-технічного та інженерного-технічного обслуговування у підприємствах готельного господарства».***

Санітарний стан приміщень готельного бізнесу. Системи холодного і гарячого водопостачання і завдання технічної експлуатації їх. Облік витрат води і шляхи її економії. Каналізація. Вимоги до системи каналізації. Користування внутрішньою каналізацією обладнаннями мешканцями готелів і персоналом. Опалення. Призначення і обладнання. Схеми систем опалення. Регулювання системи опалення і шляхи економії тепла. Вентеляція. Система вентиляції: природна, організована і неорганізована. Огляд і регулювання систем вентиляції. Калорифери.

Приміщення і експлуатація кондиціонування повітря. Принципова схема кондиціонування повітря. Місцеві кондиціонери. Сміттепроводи в підприємствах готельного господарства. Обладнання сміттепроводу і його експлуатація. Пило прибирання. Обладнання систем центрального пило прибирання. Ліфти та ескалатори, їх розміщення, експлуатація. Диспетчерське управління ліфтами. Засоби внутрішнього зв'язку в готельних підприємствах. Радіофікація і телебачення, засоби пожежної і охоронної сигналізації, сигналізація служби прийому і розміщення, диспетчерська служба та інше.

### ***Тема 27: «Особливості організації праці у підприємствах готельного господарства».***

Послуги, які реалізують підприємства готельного господарства, обумовлюють безперервний графік й особливу організацію роботи працівників підприємства і, насамперед, обслуговуючого персоналу.

Процес обслуговування вимагає такої організації праці, при якій забезпечуються максимальні зручності для споживачів готельних послуг і високий рівень культури обслуговування.

Чисельність персоналу, який належить до контактної зони, залежить не від обсягу реалізованих послуг, а від місткості підприємства готельного господарства.

На підприємствах готельного господарства для персоналу контактної зони тривалість робочого дня не нормована. Для цієї категорії працівників використовується підсумовування обліку робочого часу.

Роботу організують за графіком у дві-три зміни з першою на одну або дві доби.

Основні функціональні обов'язки персоналу підприємств готельного господарства викладені у відповідних типових положеннях й конструкціях. У цих документах визначені права й обов'язки працівників і наголошено, що належне виконання вимог споживачів готельних послуг і повне задоволення їхніх потреб є основним обов'язком готелю. У зв'язку з цим робота персоналу підприємств готельного господарства вимагає чіткості та високої організованості.

У роботі готельних підприємств використовують зручну й механізовану працю. Використання різного виду електричного та механічного обладнання значно полегшує працю персоналу та відповідно підвищує її продуктивність.

Для виконання операційних функцій активно впроваджують різні форми організації праці.

Зокрема в готельних підприємствах застосовують колективний і бригадний метод роботи покоївок, прибиральниць, ремонтників для мість індивідуального закріплення за окремим працівником комплексу робіт. Зазначений метод істотно підвищує якість виконуваних робіт. Колектив бригади відповідає за санітарно-технічний стан усього поверху. У деяких засобах розміщення обслуговуючий персонал поєднує суміжні професії.

Праця обслуговуючого персоналу підприємств готельного господарства відрізняється великим діапазоном виконуваних функцій, тому його чисельність визначають на основі штатних нормативів, які, IT- будь-які технічні нормативи, не є постійними. Поліпшення умов праці та її більш раціональна організація, механізація роботи на багатьох ділянках, удосконалення методів обслуговування створюють допоміжні робочі місця.

Робочий час працівників готельного господарства. Методи визначення робочого часу. Фотографія робочого часу, хронометраж, фотохронометраж. Норма часу, норма виробітку, норма обслуговування, норма чисельності, норма співвідношень, норма централізації робіт. Принципи нормування праці в готельному підприємстві. Оперативна робота та її складові. Продуктивність праці. Рівень продуктивності праці у готельних підприємствах, фактори від яких вона залежить. Ефективність праці персоналу готельних підприємств. Заходи щодо вдосконалення нормування праці у підприємствах готельного господарства. Методика визначення чисельності персоналу.

## 2. МЕТОДИ ТА ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Методи поточного та підсумкового контролю передбачають:

- ✓ поточні контрольні роботи;
- ✓ захист семінарських робіт;
- ✓ поточне тестування;
- ✓ підсумковий контроль (екзамен).

Критерії оцінювання знань і вмінь

**Вид контролю:** екзамен.

Завдання поточного контролю оцінюється в межах від «0» до «100» балів.

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ Розподіл балів за видами контролю

Модуль 1													Модуль 2 (тестування)	Всього (залік)
Змістовий модуль 1							Змістовий модуль 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	M1	T7	T8	T9	T10	T11	M2		
4	4	4	4	4	4	8	4	4	4	4	4	8	40	100

T1...T11 – семінарські заняття

M1...M2- змістові модулі

**Самостійна робота** – форма організації навчального процесу, яка передбачає виконання завдань здобувачем вищої освіти під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

**Індивідуальна робота** - форма організації навчального процесу, яка забезпечує реалізацію творчих можливостей здобувача вищої освіти через індивідуально спрямований розвиток його здібностей, науково-дослідну роботу і творчу діяльність.

**Наукова робота** – виконане під керівництвом викладача наукове дослідження тієї чи іншої проблеми, яке відповідає науковим принципам, має певну структуру, містить результати власного пошуку, власні висновки.

**Іспит** – форма підсумкового контролю засвоєння студентом теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної

дисципліни за семестр, що проводиться як контрольний захід під час екзаменаційної сесії.

### Шкала оцінювання національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
75-81	<b>C</b>		
68-74	<b>D</b>	задовільно	
61-67	<b>E</b>		
35-60	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 3. ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

#### **Тема 1: «Організація готельного господарства: вступ до курсу».**

##### **План лекції:**

1. Основи організації підприємств готельного господарства.
2. Визначення поняття апарату «гостинність».
3. Організація виробництва (підприємств) готельного господарства.
4. Еволюція індустрії гостинності.
5. Специфіка та концептуалізація надання готельних послуг.
6. Особливості готельних послуг, що впливають на специфіку функціонування готельних підприємств:
  - 6.1 Невідчутність (відсутність матеріального результату).
  - 6.2 Неможливість накопичення та збереження, неможливість відокремлення від джерела надання (конкретного готельного підприємства).

**Готельне господарство** — частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин.

Існує багато визначень поняття "**організація**". **М. Акоф, Ф. Емері** пропонують таке визначення; "**організація**" це група людей, в якій існує функціональний поділ праці, спрямований на досягнення загальної мети.

Організація ( від фр. **organisation** від лат. **organize** - **побудований вид**) - це:

- ✓ внутрішня впорядкованість, узгодженість, взаємодія більш або менш диференційованих і автономних частин цілого, обумовлені його будовою;
- ✓ сукупність процесів або дій, які ведуть до утворення і удосконалення взаємозв'язків між частинами цілого;
- ✓ об'єднання людей, які разом реалізують програму або ціль (мету), і діють на основі відповідних правових законів і процедур.

Організація соціальна група людей, в якій існує функціональний розподіл праці, спрямований на досягнення загальної мети.

За визначенням П. Пітере, Р. Уотермена **"Організація** - це розумна система свідомо скоординованих видів діяльності, яка немає зайвих елементів".

**Б.М. Андрушків і О.Є. Кузьмін** під терміном **"Організація"** розуміють групу людей, діяльність яких координується свідомо чи спонтанно для досягнення певної мети, а організації із статусом юридичної особи називають підприємствами або фірмами.

**Для того, щоб певна спільнота вважалася організацією вона повинна відповідати кільком обов'язковим вимогам:**

- наявність щонайменше двох осіб у групі;
- наявність принаймні однієї цілі, яка б сприймалася як загальна для всіх членів даної групи;
- наявність членів групи, які свідомо працюють разом, щоб досягти головної для всіх мети.

**Поєднавши зазначені три вимоги, можна запропонувати таке визначення:**

**"Організації"** - це група людей різної чисельності і кваліфікації, діяльність яких координується для досягнення єдиної або декількох цілей.

Якщо організація має лише одну ціль, вона називається **простою організацією**, якщо їх багато - **складною**.

**Організація виробництва (підприємств) готельного господарства: суть і завдання**

Для ведення господарської діяльності і досягнення своєї мети при наявності біологічних, психологічних та інших обмежень люди вимушені об'єднувати зусилля. Таке об'єднання зусиль при умові відповідної організації в більшості випадків більш продуктивне і потребує менших витрат енергії часу та інших ресурсів. Цей ефект організації - найцінніше надбання людства. Організація як форма сумісної діяльності людей має різні ознаки. Так, основу будь-якої організації складають люди, об'єднані в групи (**мінімум дві людини**). Групи створюються для відповідної мети. Діяльність людей в таких групах відповідним чином координується.

Таким чином, організація готельного господарства це сумлінна координована діяльність людей для досягнення загальної мети. **Головна ціль підприємства готельного господарства** - надавати послуги проживання, харчування тощо і отримувати максимальний прибуток в довгостроковій перспективі.

**Організація підприємств готельного господарства** - це процес створення структури, яка дає можливість співробітникам ефективно працювати для досягнення мети.

**Організація як процес є функцією з координації багатьох завдань.** Існує два аспекти організації ділового процесу:

- ✓ поділ організації на підрозділи відповідно до мети і стратегії;
- ✓ делегування повноважень.

Делегування передбачає передачу завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання.

Делегування реалізується тільки в разі прийняття повноважень, власне відповідальність не може бути делегованою.

Слід обирати таку організаційну структуру, яка відповідає стратегічним планам і забезпечує ефективну взаємодію з навколишнім середовищем й досягнення накресленої мети. Структура організації не може залишатися незмінною впродовж тривалих проміжків часу, тому що змінюється як зовнішнє, так і внутрішнє її середовище.

Оскільки, функціональні структури готельних комплексів виявилися недостатньо ефективними, то великі готельні підприємства перейшли до використання **дивізійних структур**.

**Дивізійні структури** готельних комплексів орієнтовані на різні види послуг або на різні групи споживачів.

**Підприємства готельного господарства (ПГГ)** - складова сфери обслуговування, дії якої спрямовані на забезпечення потреб людей у повноцінному відпочинку, харчуванні тощо.

**Підприємства готельного господарства** - це заклад визначеної категорії, який забезпечує організацію розміщення, харчування тощо за межами постійного проживання споживачів послуг.

Чимало питань з організації підприємств готельного господарства необхідно розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних та додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організації (підприємств), типу і категорії; від організації праці, організації управління тощо, і виконуються її співробітниками.

З переходом України до ринкових відносин на перший план висуваються нові вимоги до організації підприємств готельного господарства. В умовах конкурентного середовища підприємство

має бути гнучким, функціонувати з найменшими витратами і надавати високоякісні послуги.

Перехід до ринкових умов кардинально змінює погляди на організацію підприємств готельного господарства, створюючи умови для як найкращого використання інженерних систем, устаткування і людей в процесі виробництва й тим самим підвищуючи його ефективність.

## **Тема 2: «Тенденції та ознаки готельного господарства».**

### **План лекції:**

*1. Історія розвитку підприємств готельного господарства.*

*1.1 Розвиток індустрії гостинності в Європі.*

*1.2 Розвиток індустрії гостинності в США.*

*1.3 Розвиток індустрії гостинності в Україні.*

*2. Взаємозв'язок розвитку туризму з розвитком готельної справи.*

*3. Туризм, як основа сучасної індустрії гостинності.*

*4. Найбільші об'єднання готелів світу, світові мережі.*

### **Тенденції і ознаки готельного господарства.**

Готельна справа виникла дуже давно. Згадки про місця для розміщення подорожніх можна знайти ще в історії Стародавнього Єгипту. На дорогах і в містах Близького Сходу та Середньої Азії ще з давнини функціонували ханни, караван-сараї, постоялі двори. Наприклад, в Ассирії караван-сараї існували більше ніж за **1000 років до н. є.** Відомий англійський археолог **Леонард Вуллі**, який протягом **12** років проводив розкопки одного з найдавніших міст світу у Південному Іраку, відзначає, що у цьому місті, заснованому у п'ятому тисячолітті до нашої ери, уже існували ханни. Дослідник зазначає, що ханн-готель, можливо, був триповерховим, адже стіни нижньої його частини непомірно товсті, у нижніх поверхах споруди частково розміщувалися стійла, частину приміщень займав господар зі своєю родиною, інші пристосовані для постояльців.

У Греції і Римі в **IV сторіччі до н.є.** існували гостинні доми, зокрема у місцевостях, де масовий притік населення був пов'язаний з періодичним проведенням свят, торговельних ярмарків, спортивних змагань (у Дель-фах, Ефесі, Афінах, Олімпії, Римі).

З розвитком шляхів у Римській імперії виникли заїжджі двори, що розташовувалися на відстані одного дня кінної їзди. Держава облаштовувала їх у містах і на головних дорогах, якими проїжджали державні службовці і кур'єри з Риму аж до Малої Азії або до Галлії. Ця інфраструктура розширювалася із збільшенням території імперії. З новими завоюваннями заїжджі двори виникали у нових провінціях і підкорених країнах.

Про те, наскільки глибоко і всебічно були розвинуті у давнину заклади, що надавали притулок подорожнім, може свідчити хоча б той факт, що римським законодавством була передбачена особлива відповідальність такого закладу за речі гостя. Окремі положення, що регламентували діяльність установ, які надавали мандрівникам притулок, харчування та ночівлю і знаходили відображення у римському праві, можна знайти у сучасному законодавстві, стандартах і правилах готельного обслуговування багатьох країн.

У монголів вже до **XII-XIII ст.** була широко розвинена ямська служба. Татарське слово "**ям**" означає "**станція**". Величезні володіння Чингісхана та інших монгольських завойовників були вкриті мережею ямів. Ями, як і караван-сараї та арабські ханни, розміщувалися на відстані одного кінного переходу. Ями і були готелями того часу. Від яму до яму гінці хана везли накази. В ямах вони відпочивали, міняли коней.

У Європі після падіння Римської імперії діяльність закладів готельного типу почала поступово завмирати і лише з часом, у зв'язку з масовими подорожами купців, підмайстрів, ремісників, учнів, різного роду артистів, паломників, знову починають розвиватися найрізноманітніші форми надання притулку. У середні віки обов'язок утримання установ, аналогічних готелям, покладався на церкви, монастирі. Ці послуги були тоді безкоштовними. Заради любові до ближнього притулки надавалися церковними організаціями, княжими дворами.

Відомим юридичним актом був едикт **Карла Великого**, що покладав на монастирі та церкви обов'язок утримання подорожніх, надання їм ночівлі, харчування, лікарської допомоги, ванни. Такі "**гостеції**" набули особливого розвитку у Швейцарії, яка завдяки цьому має найдавніші готельні, традиції і дотепер користується найвищою репутацією у цій галузі.

Одночасно з гостеціями, розташованими вздовж транспортних шляхів, у більших населених пунктах здавна існувала інша гілка готельного обслуговування, розрахована на заможніших гостей, які прагнули кращих умов проживання. У Київській Русі, Московському князівстві, у Великому Новгороді

такими місцями стали гостинні двори. У гостинних дворах зупинялися, жили і здійснювали комерційні операції іноземні купці, тому гостинні двори можна вважати далеким прообразом так званих інтуристівських готелів. У великих містах гостинні двори розрізнялися за національною ознакою постояльців. Так, у Новгороді в **XIII-XVII** сторіччі існували (німецький і голландський гостинні двори, а у Москві - "**аглицький**", грецький, вірменський).

З часом безкоштовні притулки майже повністю витісняються розрахованими на дохід закладами, що надавали можливість відпочивати, ночувати і харчуватися за відповідну оплату. Ці заклади під впливом постійного зростання вимог з боку мандрівників, а також під впливом технічного прогресу, змін у способах і темпах подорожей набували нових форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі до сучасних.

Прототипи сучасних готелів виникають у другій половині **XVIII** сторіччя. Приблизно у цей час була здійснена перша офіційна спроба їх класифікації: у Берліні, який на той час налічував **130** тисяч жителів, було **9** постоялих дворів першого класу, з яких два вже називались готелями, **10** постоялих дворів другого класу і **13** постоялих дворів третього класу.

Інтенсивний розвиток готельної справи починається у **XIX** сторіччі. Зростання запитів заможної клієнтури щодо мандрівок і відпочинку стимулює виникнення сучасних готельних підприємств з розкішними апартаментами, високим рівнем комфорту і широким асортиментом послуг. Готельний бізнес перетворюється на важливу галузь економіки з високим рівнем доходності. Виникають великі сучасні готелі, розташовані у спеціально призначених для цієї мети спорудах на зразок приватних резиденцій або величних і гарних державних особняків. Звідси походить французька назва "**отель**", що означає міський палац магната, місце перебування представництва іноземної держави або міських властей.

**Готель, за сучасним тлумаченням** - це будівля (будова), призначена для тимчасового проживання громадян, які прибули в населений пункт. Інколи в назвах готелів відображається специфіка їх основної клієнтури. Наприклад, готелі для автотуристів називають мотелями. Крім адміністративних та торгових центрів, туристичних магістралей, все більшого поширення набувають готелі, розташовані в місцях релігійного паломництва, курортних місцевостях, осередках масового відпочинку людей (на узбережжях рік та морів, високогірних плато тощо). Як і в інших галузях, у готельній справі конкуренція

спричиняє зменшення кількості дрібних закладів і посилення концентрації власності.

Загалом можна стверджувати, що капіталізм здійснив рішучий переворот у готельному господарстві, коли значно активізувалися ділові поїздки та подорожі, а, відповідно, до цього збільшилася потенційна клієнтура готелів. Саме в цей час остаточно формується сучасний тип міського готелю. З кімнатами різних типів, з загальними холами, ресторанами, кафе, перукарнями та іншими закладами, що пропонували найрізноманітніші послуги. Згодом окремі готелі перетворюються на громадські комплекси, в яких розміщуються найбільші концертні зали, галереї, басейни тощо.

Кількість готелів невпинно зростала. Наприклад, в Австро-Угорщині вже **1913** року існувало **15** тисяч готелів. Здебільшого це були невеликі готелі. Враховуючи, що загальна кількість ліжок сягала **500** тисяч, середня місткість одного готелю становила **30-35** місць. Одне готельне місце припадало на **80** жителів країни. В Німеччині у того ж **1913** року було **90** тисяч готелів, як правило, також дрібних. Зростання кількості готелів у Швейцарії та Італії відбувається насамперед як внаслідок того, що ці країни починають інтенсивно розвивати туризм, використовуючи історичні та архітектурні пам'ятники, багатство своєї природи. Будуються готелі в курортних містах, навколо бальнеологічних центрів.

Перед початком першої світової війни створюється Міжнародна спілка власників готелів, яка об'єднує **1700** готелів в різних країнах світу. В Дюссельдорфі відкривається перший у світі інститут готельного господарства.

Однією з основних особливостей **XX** сторіччя є інтенсивний розвиток транспорту, зокрема автомобільного і повітряного, що значно прискорило міграцію населення, пов'язану з підтриманням виробничих, торговельних, культурних, особистих зв'язків, відпочинком тощо. З метою збільшення валютних надходжень в окремих країнах різко посилюється туристична пропаганда. Все це поставило перед бізнесменами готельної справи нові вимоги кількісного та якісного спрямування. Більшість країн приступили до систематичного нарощування своєї готельної бази і її вдосконалення, як з точки зору надання зручностей, розширення комплексу послуг, так і з огляду на зростання цінової конкуренції.

Потенційними користувачами готелів та носіями попиту на готельні послуги стали переважно середньозабезпечені прошарки населення. Внаслідок цього поряд зі створенням місць

для особливо заможних клієнтів починається масове будівництво готелів з раціональними і зручними номерами, без зайвої розкоші.

Інтенсивна концентрація готельної справи у **XX** сторіччі спричинила до створення так званих готельних ланцюгів (компаній). Зауважимо, що **100** найбільших готельних ланцюгів світу володіють готельним фондом в **1,6 млн.** номерів, тобто на одну таку компанію у середньому припадає **16000** номерів. Однак ці компанії не однорідні, серед них є свої гіганти. На шість найбільших американських готельних ланцюгів припадає **55%** загального номерного готельного фонду **100** компаній. Частка семи найбільших західноєвропейських готельних ланцюгів у цьому готельному фонді становить близько **23%**.

**Існують два основних види готельних ланцюгів:**

- ✓ інтегровані ланцюги, які створені з однорідних одиниць;
- ✓ та готельні консорціуми, які об'єднують незалежні готелі.

Інтегровані готельні ланцюги керуються безпосередньо або опосередковано через франчайзингову систему або за контрактом на управління. Усі готелі інтегрованого ланцюга мають спільну назву і товарний знак. Найбільші інтегровані ланцюги діють у США - "Хоспіталіті Франшиз Системс", "Холідей Інн Уордвайд". Французька група "Аккор" посідає четверте місце у світі, британська "Форте" - дев'яте (табл. 1.1).

**Таблиця 1.1**

**Найбільші готельні ланцюги світу**

<b>Готельний ланцюг</b>	<b>Кількість номерів, одиниць</b>	<b>Кількість готелів, одиниць</b>	<b>Середня кількість номерів у готелі</b>
Хоспіталіті Франшиз Системс	354997	3413	104
Холідей Іннз Уордвайд	328697	1692	194
Бест Вестерн Інтернешнл	273804	3351	82
Аккор Груп	238990	2098	114
Чойс Отеле Інтернешнл	230430	2502	92
Маріотт	166919	750	223

Корпорейшн			
ІТТ Шератон Корпорейшн	132361	426	311
Хіптон Отел К	94653	242	391
Форте	76330	871	88
Хаятт Отеле - Хаятт Інтернешнл	77579	164	473
Кирл&Н-Редіссон-Колоні	76069	336	226
"Тромус Кос	75558	459	165
Клаб Медитеран СА	63067	261	242
Хілтон Інтернешнл	52979	160	331
Сол Груп	40163,	156	257
Інтер-Контінентал Отеле	39000	104	375
Уеетін Отеле енд Резортс	38029	75	507
"Нью Йорк-Рамада Інтернешнл	36520	133	275
Канадієн Пасифік Отеле	27970	86	325
Сосьєте дю Лувр	27427	398	69

Щоб протистояти конкуренції з боку інтегрованих та франчайзингових готельних ланцюгів, незалежні готелі об'єднуються у готельні консорціуми. Концепція готельних консорціумів в останні роки набула популярності, їх кількість значно збільшилася. Збільшення масштабів діяльності, при об'єднанні у консорціум, дозволяє досягати значної економії у витратах на маркетинг, придбання обладнання, створення комп'ютерних мереж бронювання місць тощо. Найбільший готельний консорціум у світі - американський **"Бест Вестерн Інтернешнл"** об'єднує **3351 готель** з фондом майже **274 тис. номерів**. Вартість членства у цьому міжнародному готельному консорціумі становить **1%** обороту після сплати податків.

Іншою формою об'єднання готелів є так звані родини, найбільші з яких налічують сотні готелів у різних місцях світу. Якість готельних послуг у **"родинах"** контролюють незалежні комісії.

Поряд з власне готелями в індустріально розвинених країнах набуває поширення концепція соціального житла. Це приміщення, що включають села відпочинку, сімейні табори відпочинку, молодіжні турбази, які пропонуються на безприбуткових засадах і передбачають високий рівень самообслуговування. У Франції, наприклад, такі приміщення пропонують громадські і молодіжні організації, клуби, що належать державним та приватним фірмам, зокрема таким, як **"Рено"**, **"Французькі залізниці"** та ін.

Майже всі найбільші готельні компанії є транснаціональними. Американські готельні ланцюги **"Холідей інн"** і **"Шератон"** володіють готелями відповідно у **50** і **52** країнах, англійський **"Траст хауз Форте"** - у **23** країнах.

Інтенсивно відбувається проникнення капіталів готельних компаній в інші галузі і, навпаки, вливання капіталів інших галузей у готельну справу. Наприклад, **"Холідей інн"** має власні підприємства з виробництва меблів, харчових продуктів, скляних та інших виробів, авіакомпанію, мережу торговельних підприємств та підприємств харчування. Готельну компанію створила у своєму складі гігант харчової промисловості фірма **"Нестле"** (Швейцарія).

Практично всі великі авіакомпанії мають власні готельні комплекси. Американська авіакомпанія **"ТВА"** викупила у готельної компанії **"Хілтон"** частину закордонних готелів і створила готельний ланцюг **"Хілтон інтернешнл"**, який володіє **53** готелями у **36** країнах світу. Французька авіакомпанія **"Ер Франс"** створила новий готельний ланцюг **"Меридіан"** з **20** готелями у різних країнах світу.

Готельні компанії часто потрапляють у сферу впливу потужніших фірм та фінансових груп. Наприклад, **"Шератон корпорейшн оф Америка"** належить міжнародному концерну **"Інтернеішнл телефон енд телеграф корпорейшн"**, **"Американ експресен"** належить одному з найбільших банків світу **"Чейз Манхетген банк"**, державний банк Франції володіє готельним ланцюгом **"Франтель"**.

**Серед сучасних тенденцій розвитку світового готельного господарства можна виділити наступні:**

- ✓ загострення конкурентної боротьби;

- ✓ зміцнення позицій готельних послуг міжнародних готельних концернів та об'єднань на ринку;
- ✓ зміна пріоритетів в інвестиційній політиці міжнародних готельних об'єднань:
- ✓ перенесення центра ваги на малі та середні готелі з одночасним зменшенням акцентів з верхніх прошарків ринку (люкс-послуг) на нижчі, але масові сегменти користувачів готельних послуг;
- ✓ запровадження нової політики торговельних марок готельних об'єднань, в основі якої простота і функціональність обладнання готельних номерів, територіальне поширення послуг;
- ✓ витіснення з ринку самостійних (незалежних, необ'єднаних в ланцюги або концерни) малих та середніх підприємств готельного господарства.

Належний рівень розвитку готельного господарства необхідний для будь-якої держави. Розвиток промисловості, торгівлі, науки, економіки загалом, а також культури і спорту зумовлюють підвищення мобільності людей з метою налагодження контактів, обміну досвідом, організації різноманітних заходів. Нестача готелів гальмує всі ці процеси, і навпаки, розвиток готельної справи сприяє поживленню усіх суспільно-економічних контактів, підсилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві.

Відомо, наприклад, що при виборі міст для проведення літніх та зимових Олімпіад, чемпіонатів світу з різних видів спорту поряд з критерієм забезпеченості міст відповідними спортивними спорудами чільне місце посідає фактор розвинутої готельної інфраструктури. Якщо ж йдеться про проведення всесвітніх симпозиумів, сесій, то стан готельного господарства міст-кандидатів стає чи не вирішальним при остаточному їх виборі. Коли Київ було обрано місцем проведення щорічних зборів Європейського Банку в травні 1998 р., то нестача готелів найвищого класу виявилася найскладнішою серед інших проблем, які належало вирішити організаторам цього форуму. Для розселення учасників зборів в українській столиці потрібно було понад п'ять тисяч готельних місць. І тільки суттєві інвестиції у готельне господарство, в тому числі з-за кордону (виділення **ЄБРР** грошей на прискорення реконструкції столичних готелів «Дніпро» та «Андріївський», фінансування приватною італійською фірмою реконструкції першої черги готелю «Театральний»), підключення державних інституцій, як

резервний варіант передбачення розселення гостей на пароплавах «**Укррічфлоту**» (на яких обладнали майже **300** номерів класу «Люкс») дозволили в короткі терміни виправити ситуацію, значно підвищити рівень готельного обслуговування, і зробити комфортним перебування в Києві учасників щорічних зборів провідної фінансової установи, що загалом сприяло успішному проведенню такого міжнародного заходу .

Еволюція готельного господарства стала можливою завдяки зміні середовища, в якому воно розвивалося і яке водночас можна розглядати як рушій його розвитку, передусім впливу низки чинників економічного, соціального, культурного та інших спрямувань. **Звичайно, еволюцію готельного господарства можна оцінювати з різних точок зору:** технічної, технологічної, архітектурної тощо. Однак ми намагаємося здійснити спостереження з позиції, що є предметом маркетингу. Тому важаємо, що особливим фактором динаміки готельного бізнесу слід називати конкурентне середовище. Тоді стане зрозумілою роль та значення філософії бізнесу, заснованого на засадах маркетингу як основного інструмента боротьби у конкурентному середовищі. Безумовно, що кожному з етапів розвитку готельного господарства властиві свої, специфічні засоби та інструменти конкурентної боротьби. Не вдаючись в детальне дослідження окремих етапів в еволюції готельного господарства, спробуємо виділит декілька очевидних.

**Перший безтоварний етап**, коли послуги з притулку перехожих, мандрівників, паломників, гінців, поштовиків тощо надавалися монастирями, церквами безкоштовно або ж витрати з утримання таких закладів несла держава. Основна ознака цього періоду, праперіоду, зародження готельного господарства , відсутність оплати готельної послуги.

**Другий товарний етап** розвитку готельного господарства починається з часів надання платної готельної послуги, коли діяльність, пов'язана з обслуговуванням людей в їх подорожах, оплачувалась, а, значить, стала джерелом одержання доходів. Спочатку такі платні послуги надавали ті ж церкви, монастирі, ями, а пізніше, зі збільшенням інтенсивності пересування людей, розширенням та удосконаленням засобів транспортування, обсяг готельних послуг досягнув параметрів, які дозволили готельному господарству виділитися в окрему галузь. **Отже, для цього етапу розвитку готелів характерна конкуренція, хоча на перших порах її засоби були достатньо примітивними.** З часом арсенал засобів конкурентної боротьби розширювався і в період капіталістичного розвитку

господарства він набував сучасного змісту та ознак, серед яких набір послуг поза основною, готельною, рівень якості пропонованих послуг, цінова варіативність послуг, реклама тощо.

**Третій етап, маркетинговий,** період еволюції готельного господарства характеризується жорсткою конкуренцією у сфері готельного бізнесу, з одного боку, та вишуканими, маркетинговими способами конкурентної боротьби готелів, готельних груп, з другого.

Слід пам'ятати, що пропонований підхід дослідження розвитку готельного господарства достатньо абстрагований. Зрозуміло, що перелічені періоди не можна зіставити за часовим виміром. Приміром, тривалість другого етапу вимірюється декількома тисячоліттями, тоді як останньому, третьому, періоду не виповнилося ще й століття. Ми також є свідками того, що готельне господарство континентів та окремих країн мало свою специфічну еволюцію. Наприклад, можна віднайти та назвати країни, які оминули перший, безтоварний, період розвитку готельного господарства. Ще простіше перелічити країни, для яких маркетинговий період розвитку готельного господарства не настав.

У міжнародній практиці не існує єдиного підходу до класифікації готелів. Проблемою класифікації більш ніж п'ятдесят років займається Міжнародна готельна асоціація і Всесвітня туристична організація. У **1972** році був розроблений і запропонований проект єдиної міжнародної класифікації готелів. Відповідно до цього проекту, готелю може бути присвоєна одна з п'яти категорій залежно від обладнання, рівня комфорту і набору пропонованих послуг. Але ця класифікація не була схвалена національними членами Міжнародної готельної асоціації. Більшість країн визнали неможливим створення єдиної міжнародної системи класифікації готелів через різні підходи до оцінки якості обслуговування, різницю у кліматичних та інших умовах. Наприклад, наявність відкритого басейну як чинника категорії готелю, зумовлюється географічною широтою його розміщення. Тому у світі зараз діє близько тридцяти різних систем класифікації готелів. Навіть в окремих країнах співіснують різні підходи. У зв'язку з цим варто навести найбільш вживані, для характеристики готелів класифікаційні ознаки.

**Серед них:**

- ✓ **1** - основне призначення готелю;
- ✓ **2** - місце розташування;
- ✓ **3** - склад приміщень для проведення вільного часу користувачами готельних послуг;

- ✓ **4** - роль готелю у суспільно-політичному житті округи;
- ✓ **5** - кількість місць у готелі;
- ✓ **6** - співвідношення приміщень готелю;
- ✓ **7** - кількість поверхів приміщення (будови) готелю;
- ✓ **8** - склад номерів;
- ✓ **9** - наявність асортименту послуг;
- ✓ **10** - рівень комфортності;
- ✓ **11** - форма власності готелю.

### ***Розвиток американської індустрії гостинності***

Американські підприємства готельного господарства колоніального періоду були розміщені, в основному, в портових містах за європейськими зразками. Але більш демократичні погляди американських "хотельєрів" на класове становище мешканців сприяли надаванню послуги всім, хто мав змогу заплатити. Таверни в Америці залишалися центрами суспільного життя, місцями політичних зборів. Перша таверна була відкрита в Бостоні на початку **XVII ст.** Одна із найбільш відомих таверн була відкрита в **1642р. в Нью-Йорку** (тоді вона носила назву "**Амстердам**") голландською компанією **Dutch Bast India** таверна **Stadt Hays**. Першим американським підприємством готельного господарства, яке спеціально будувалося, було відкрите в **1794 р. на Бродвеї в Нью-Йорку став City-Hotel**. **Готель став центром суспільного життя міста і за мірками того часу він вважався дуже великим (в ньому було 73 номери)**. Перший першокласний готель **Нового Світу - Tremont House** - був побудований в **Бостоні в 1829 р.** Цей готель славився своєю архітектурою, багатством, розкішною обробкою. Початок і **середина XIX ст.** були "**золотим періодом**" для американської готельної індустрії. У великих містах з'явилися готельні підприємства, які за розмірами і рівнем комфорту переважали європейські. Наприклад, **Palace Hotel**, побудований в **Сан-Франциско**, займав площу в **2,5 акри**, в ньому було **800 номерів**, а структура управління, оснащення і комфорт були унікальними. Відкриття в **1908 р. готелю Statler в Буфалло** стало початком історії сучасного готелю, де за помірну оплату пропонувалося якісне обслуговування і комфортне розміщення. **Statler**, завдяки нововведенням (серед яких - централізоване холодне водопостачання, ванна кімната в кожному номері, світло при вході в номер, уніформа для персоналу тощо) багато років залишався еталоном готелю. Для американської готельної індустрії **20-і роки XX ст.** стали періодом масового будівництва готелів, в тому числі і тих, які

відомі і функціонують до цього часу (**Penta і Woldor-Astoria в Нью-Йорку, Hilton і Towers в Чикаго**). В цей період часу на дорогах Америки стали з'являтися ресторани швидкого обслуговування і заклади, в яких проїжджі обслуговувалися при виході із машини. Ці заклади дістали назву "драйв ін" (**drive in**). Економічна ситуація в країні в роки Великої депресії не могла не вплинути на готельну і ресторанну індустрію: падіння попиту призвело до того, що **85%** всіх готелів стали банкрутами. Попит на готельні послуги під час Другої світової війни і після її закінчення, був викликаний великою міграцією населення. **В 1950 рр.** розпочався період нового будівництва, який був пов'язаний, перш за все, з масовим поширенням автомобілів як основних засобів транспорту і появою нової концепції організації готельного бізнесу. З'явилися мотелі і мотор-отелі (великі мотелі), які розміщувалися біля доріг і орієнтувалися на туристів, які подорожували на своїх автомобілях. Це були невеликі засоби розміщення (до **50 номерів**), які, крім паркування, пропонували обмежену кількість послуг, а в **1960 рр.** їх середній розмір досягав **100 номерів** і перелік послуг значно збільшився. Значною подією для американської індустрії гостинності стало широке поширення ланцюгів і франчайзингових угод. **Першими американськими ланцюгами були Hilton, Sheraton.** Таким чином, можна зробити висновок, що готельне господарство США розвивалося більш динамічно, ніж європейське.

### ***Розвиток готельного господарства України***

Початок **1990-х рр.** ознаменував новий етап розвитку готельного господарства у незалежній Україні. Він розпочався цілою низкою проблем. Через припинення належного фінансування припиняється й готельне будівництво. Після розвалу **СРСР** та його монопольних структур виникають проблеми управління готельною базою. Втрачає чинність нормативна база діяльності готелів. У другій половині **1990-х рр.** ситуація в готельній галузі почала стабілізуватися, хоча все ще залишалася незадовільною. З початку **1990-х рр.** спостерігалася тенденція зменшення готельної бази. Якщо в **1993 р. в Україні було 1654 готелі на 157370 місць, то в 1994 р. - вже 1466 на 140013 місць.** Ця тенденція продовжувалася й у другій половині **1990-х рр.** Станом на **2001 р.** база закладів розміщення в Україні (готелів, пансіонатів, будинків і таборів відпочинку) включала **4,5 тис. одиниць** загальною місткістю **620 тис. місць,** у тому числі - **1258 готелів на 100677 місць.** Починаючи з **2005 р.,** простежується збільшення кількості

готелів в Україні. У **2005 р.** вже функціонувало **1232** готельних підприємства місткістю **106 тис.** місць, а на **1 січня 2007 р.** - **1269** готельних підприємства місткістю **110,7 тис.** місць. Кількість готелів збільшилася за рахунок створення нових підприємств. Але ця тенденція мала нерівномірний характер в регіонах. Так, кількість готелів збільшилася у Луганській області - на **23** одиниці, у Львівській - на **10** одиниць, у м. Києві - на **8**, в Івано-Франківській області - на **4**, у Житомирській області - на **3**, в Автономній Республіці Крим - на **3**. У той же час відбулося скорочення кількості готельних підприємств у Запорізькій області - на **5** одиниць, по **3** - у Миколаївській, Одеській, Харківській та Черкаській областях, а по **2** - у Сумській та Херсонській областях. Зменшення кількості готелів відбувалося внаслідок їх ліквідації, продажу фізичним особам або перепрофілювання під житло. В Україні найбільше підприємств готельного господарства розташовано у м. Києві (**9,2 %** їх загальної кількості), Львівській та Дніпропетровській областях (відповідно **8,7 та 8,4%**), Автономній Республіці Крим (**6,3%**), Луганській, Одеській та Донецькій областях (відповідно **6,2, 6,0 та 5,5%**), що пов'язано з високим рівнем їх індустріального розвитку, наявністю туристичних і курортних ресурсів. Кількість осіб, що зупиняються в українських готелях постійно зростає з **2000 до 2006 р.** вона збільшилася на **25,2 %** і склала **4196,2 тис. осіб**. Більше половини з них зупинялися у готелях чотирьох регіонів - м. Києва, Львівської та Дніпропетровської областей і Автономної Республіки Крим. Серед гостей, що обслуговувались готелями України у **2006 р.**, - **20,8% (874,6 тис.)** іноземців. Обсяг експорту готельних послуг у **2006 р.** збільшився порівняно з **2005 р.** на **32,5%** і склав **98,8** млн дол. США. Загальна сума доходів готелів та інших місць тимчасового проживання у **2006 р.** склала **2088** млн грн, що на **920,3** млн грн (на **78,8 %**) та на **592,5** млн грн (на **39,6%**) більше, ніж у **2004 та 2005 рр.** відповідно. Трохи більше половини (**59,5%**) всіх доходів надійшли від основної діяльності (плати за проживання), **21,1%** - від надання додаткових послуг і **19,4%** - від інших видів діяльності. На жаль, поки що готельна база країни використовується недостатньо ефективно, про що свідчить коефіцієнт її завантаженості. У другій половині **1990-х рр.** українські готелі використовувались трохи більше, ніж на **20 %**. У **2000 р.** коефіцієнт завантаженості готелів в Україні становив **24 %**, при цьому найменшим був показник завантаженості

готелів у Луганській та Миколаївській областях, найбільшим у Севастополі - **78 %** **о 2005 р.** цей показник поступово підвищувався і досяг **33%**, у **2006 р.** знову знизився до **31%**. У Києві завантаженість готелів теж мала нерівномірну динаміку: **42,95% у 1997 р., 35,5% у 1998 р., 21,46% у 1999 р. і 40% у 2000 р.** У **2001-2005 рр.** спостерігалось підвищення цього показника: відповідно **38,7 % - у 2001 р., 46% - у 2002 р., 50,1% - у 2003 р., 56% - у 2004 р.- 68% - у 2005 р.** Але в **2006** році спостерігається зниження до **63%**, порівняно з **2005** роком. Низький показник використання готелів пояснюється їх низькими стандартами, значним зносом основних фондів у результаті інтенсивної експлуатації в період масового туризму в **СРСР**, невідповідність до вимог і сучасних тенденцій світового готельного господарства. Тому основними напрямками створення сучасного готельного господарства в Україні стали реконструкція та модернізація існуючої бази та будівництво нових готелів переважно за рахунок залучення інвестицій, а також за кошти власників. У **2006 р.** в експлуатацію введено готелів на **2045** місць (на **536** місць більше, ніж у **2005 р.**) і туристичних баз - на **600** місць. Обсяг прямих іноземних інвестицій у готельне господарство протягом **2006 р.** збільшився на **38,5** млн дол. США і становив на **1 січня 2007 р.** **183** млн дол. США **0,9%** від загального обсягу прямих інвестицій в економіку України. Інвестиційні кошти надійшли з **28** країн світу. Структура власності у готельному господарстві змінилась порівняно з радянським періодом, чому сприяли процеси корпоратизації та приватизації державної власності, що відбувалися в Україні протягом другої половини **1990-х рр.** На початок **2000-х рр.** **40%** українських готелів перебували у загальнодержавній та комунальній власності, **57%** - у колективній і **3%** - у приватній власності. Нині, відповідно до "Класифікатора форм власності в Україні (**ДК 001:2004**)", що діє з **2004** р., в Україні більше двох третин усієї кількості підприємств готельного господарства (**69,2 %**) - це підприємства приватної форми власності, **15,6 %** - комунальної, **15,2 %** - державної. З'явилися готелі у формі малих та спільних підприємств з іноземним капіталом: українсько-італійське підприємство - готель "Домус", українсько-американське - "Імпреза", українсько-канадське "Спартак" у Києві, українсько-канадське "Гранд-готель" (у Львові) та ін. Поряд з готелями і гуртожитками готельного типу існують мотелі, готельно-офісні центри та інші додаткові засоби розміщення -

кемпінги, молодіжні бази і клуби з проживанням, але їх частка у загальній структурі готельного господарства України все ще досить мала. Останнім часом велику конкуренцію колективним підприємствам готельного господарства створюють заклади розміщення фізичних осіб-підприємців та власники приватних будинків і квартир, кількість яких постійно зростає. Так, за даними Державної податкової адміністрації у **2006 р.**, кількість фізичних осіб-підприємців у галузі готельного бізнесу збільшилась більш ніж у **2** рази порівняно з **2005 р.** і склала **2144** особи. Вони пропонують гостям повний спектр готельних послуг при значно нижчій їх вартості, отримуючи при цьому непогані прибутки. Найбільша кількість фізичних осіб-підприємців надавала готельні послуги в Автономній Республіці Крим (**375** осіб, або **17,5 %** загальної кількості по Україні). У **2006 р.** ними було отримано шосту частину всього доходу фізичних осіб-підприємців по Україні. Загальний дохід фізичних осіб-підприємців у галузі готельного господарства у **2006 р.** склав **128** мли гривень. Більшість великих готельних закладів мають організаційно-правову форму закритих чи відкритих акціонерних товариств. Створюються готельні об'єднання, асоціації, ланцюги. Першою спробою створення національного готельного ланцюга в Україні став "**Pretier Hotels International**", до якого увійшли готелі "**Прем'єр Палац**" у Києві, "**Ореанда**" в Ялті, "**Дністер**" у Львові, "**Лондонський**" в Одесі, "**Star**" у Мукачеві та готель "**Космополіт**" у Харкові. Низка готелів колишнього "**Інтуриста**" входить до складу державної акціонерної компанії "**Україна туристична**". Дочірніми підприємствами З АТ "**Укрпрофтур**" також є низка туристичних готелів. Але ці готельні об'єднання не мають єдиних стандартів, маркетингової політики та інших ознак. Найбільшим некомерційним готельним об'єднанням в Україні є Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України. Асоціація створена у **1991 р.** як методичний, організаційний та координаційний центр підприємств готельного господарства України і нині до неї входять більше **100** готелів. Вона забезпечує обмін досвідом працівників готельних підприємств, надання їм юридичної та методичної допомоги, займається удосконаленням нормативної бази та підготовки кадрів, допомагає у питаннях матеріально-технічного забезпечення та маркетингової діяльності готелів. Готелі України підключаються також до світових готельних асоціацій. Прикладом цього є приєднання двох українських готелів - "**Донбас Палац**" (Донецьк) та "**Опера**" (Київ) до асоціації **Leading Hotels of the World**, що є однією з

найстаріших готельних організацій у світі, заснованою у **1928** р. Нині асоціація представляє більш ніж **430** готелів **80** країн світу. Одним з головних завдань асоціації є комплексне просування на світовий ринок готелів, що входять до неї. Вона пропонує своїм членам глобальну мережу продажу та маркетингу при збереженні індивідуальної неповторності кожного готелю. Відкриття у Києві представництва асоціації сприятиме підвищенню іміджу країни на міжнародному туристичному ринку. Якісний рівень вітчизняних готелів все ще залишається великою проблемою. Деякою мірою поліпшити його дозволило впровадження державної сертифікації готельних послуг, яка з жовтня **1999** р. стала обов'язковою для готелів України. Щоб отримати певну категорію, готелі намагаються привести базу обслуговування та якість послуг у відповідність до державних стандартів. Але низькі будівельні стандарти, а іноді брак належного фінансування не завжди дозволяють готелям підтвердити отриману категорію. Так, станом на **11.06.2000** р. підтвердили свою категорію тільки **9** % готельних підприємств України та **43** % підприємств Києва. В Україні відчувається брак готелів підвищених категорій "**4 -5** зірок". У **2005** р. сертифікат відповідності категорії зірок мали **148** готелів, з них тільки два п'яти зіркових - "**Прем'єр Палац**" у Києві та "**Донбас Палац**" у Донецьку. У **2007** р. до п'ятизіркових готелів долучилися ще два київські готелі - "**Опера**" та "**Хайятт Рідженсі Київ**", а також готель "**Ортодокс**" в Одесі, "**Sunray Hotel**" у Дніпропетровській області та "**Гранд ОТЕЛЬ Україна**" у Дніпропетровську. У Львові відкрито "**Leopolis Hotel**", що претендує на категорію "п'ять зірок", працюють чотиризіркові "**Гранд-готель**", "**Дністер**" і "**Супутник**", тризіркову категорію присвоєно готелю "**Жорж**". У Донецьку, крім п'ятизіркового "**Донбас Палацу**", є чотиризіркові "**Вікторія**", "**Ріальто**" та бізнес-готель "**Централь**" категорії "три зірки". У Дніпропетровську розпочав роботу "**Парк ОТЕЛЬ**" категорії "чотири зірки". В Одесі приймають гостей чотиризіркові готелі "**Одеса**", "**Моцарт**", "**Континенталь**", "**Аркадія - Плаза**", у Криму - "**Пальміра Палас**", "**Ореанда**" та "**Бремена года**" в Ялті, "**Кримська Рив'єра**" в Алушті тощо. Станом на березень **2006** р. сертифікацію пройшли **930** готелів. На кінець **2006** р. в Україні діяли **38** чотиризіркові готелі, близько **280** - тризіркових, двозіркових та однозіркових. Решта готелів не мають категорій, деякі з них отримали сертифікат на безпеку проживання, інші знаходяться на стадії реконструкції або капремонту, деякі - у процесі ліквідації або перейшли у власність

фізичних осіб, які не бажають отримувати сертифікат через значні фінансові витрати на це. Низькі будівельні стандарти більшості готелів не дозволяють суттєво підвищити їх категорію, необхідно будувати нові готелі згідно сучасних міжнародних стандартів. На жаль, нове будівництво проводиться поки що не дуже активно. Останнім часом дещо активізувалося будівництво готелів у великих містах, зокрема у столиці України м. Києві. Станом на **01.01.2008 р.** у Києві нараховувалось **122 готельних підприємства різної форми власності та відомчого підпорядкування**. З них - **25** великих готелі (понад **100** номерів), **56** малих готелів, решта закладів - гуртожитки готельного типу. Загальна місткість київських готелів - **16136** місць. У **2006 р.** у готелях Києва проживало понад **1,12** млн. осіб, з них **405,7** тис. іноземців.

Програмою розвитку туризму та готельного господарства в Києві до **2010** р. передбачалося побудувати у столиці **4-5** п'ятизіркових готелів, **10-12** чотиризіркових, **40-50** тризіркових. Але виконання програми здійснюється повільними темпами. Досі нездані в експлуатацію готель з бізнес-центром на вул. Раїси Окіпної, готельно-офісний центр з реконструкцією прилеглих будинків на вул. Прорізній та ін. Швейцарська компанія "**Palma Group**", що заявила про вкладення **80** млн дол. США у будівництво готельного комплексу "**Вікторія**", відмовилась від проекту, готельний ланцюг "**Хілтон**", що збирався взяти на управління готель по вул. Володимирській, **47/49**, не зробив цього у зв'язку з припиненням будівництва готелю. Все це обумовлюється низкою причин економічного, юридичного та суто виробничого характеру: недостатність фінансування, законодавча база, що швидко змінюється, проблеми адміністративного та містобудівного характеру, громіздка система погоджень тощо. У **2006-2007** рр. процес готельного будівництва в Києві дещо пожвавився. До кінця **2007** р. закінчено будівництво та введено в експлуатацію п'ятизірковий готель "**Хайятт Рідженсі Київ**" та два чотиризіркових - "**Рив'єра**", "**Поділ-Плаза**", готується до здачі ще один п'ятизірковий готель "**Золоті куполи**".

Компанія "**Союз Контракт Інвестмент**" виступила замовником будівництва на вул. Набережно-Хрещатицькій, **21** готелю запланованої категорії "**4-5** зірок", що може увійти до міжнародної мережі "**Хілтон**". Будівництво ще одного готелю мережі "**Хілтон**" уже розпочато на бульварі Шевченка. Певним стимулом для будівництва готелів та покращення їх якості є великі міжнародні заходи, що відбуваються у столиці України.

Так, до проведення у Києві у **1998** р. наради Європейського банку реконструкції та розвитку у місті було реконструйовано та підтягнуто до європейського рівня **16** готелів. Велике готельне будівництво було проведено до **2012** р. - року проведення в Україні міжнародних футбольних змагань "Євро 2012". Тільки у Києві заплановано збільшити готельну базу на 6 тис. номерів, з яких половина - у готелях категорії "**4-5** зірок", половина - у **2-3**-зіркових готелях. Постійна комісія Київради з питань земельних відносин, містобудівництва та архітектури погодила проект рішення "Про затвердження Схеми розміщення готелів в м. Києві на період до **2020** р.". При її розробці брали до уваги програму розвитку туризму в столиці, а також підготовку до Євро-**2012**. За схемою передбачається до **2012** р. побудувати в місті **55** готелів на **13** тис. номерів, **15** з яких п'ятизіркові, **24** - чотиризіркові, **14** - тризіркові. Нині в столиці розпочато будівництво **12** готелів.

Будівництво готелів залишається одним із перспективних напрямів розвитку готельної бази України. З цією метою необхідно більше залучати інвесторів, зокрема іноземних. І вийти на український ринок вони можуть не тільки вкладаючи гроші в будівництво нових готелів, що становить певний ризик у зв'язку з невирішеністю низки питань у юридичній, економічній та політичній сфері, але й шляхом придбання й реконструкції вже існуючих готелів або придбання пайової частки у них, а також на умовах контракту або франшизної угоди. Нині є поки поодинокі приклади виходу великих готельних операторів на ринок України. Перший в Україні приклад роботи вітчизняного готелю у складі міжнародного ланцюга "**Одеса-Кемпінські**" - був неуспішним. Угоду з мережею "**Кемпінські**" було розірвано, готель вийшов з неї та працює тепер як готель "**Одеса**". Прикладом співробітництва можна навести проект створення у Києві готелю "**Редіссон Сас Київ (Radisson SAS Kiev)**". Його будівництво на **50%** інвестоване **ЄБРР та Raiffeisen Bank**, замовником проекту виступила Генеральна дирекція з обслуговування іноземних представництв. Бюджет проекту - **47 млн. євро**. Для будівництва готелю було створено спільне підприємство "**Дубль-W-Київ**", засновниками якого стали будівельна фірма "**Дубль-W (Одеса)**", **ЄБРР, Raiffeisen Bank** і готельний оператор **Radisson SAS**. Останній є великим готельним ланцюгом, який у **2002** р. нараховував **199** підприємств у **40** країнах. З 2002 р. **Radisson SAS** став одним з готельних брендів групи "**Rezidor SAS**", куди входять також готельні ланцюги "**Park Inn**", "**Country Inn**", "**Cerruti**", "**Regent**". **24** квітня **2001** р. СП "**Дубль-W-Київ**"

та мер міста Києва підписали договір про оренду землі під будівництво готелю по вул. Ярославів Вал терміном на **15 років з пролонгацією та правом викупу**. Готель відкрито у вересні **2005** р. У готельному комплексі **256** номерів (у т. ч. - **31** "люкс" та "напівлюкс" і один "президентський номер"), два ресторани, два бари, бізнес-центр і конференц-зал з офісами, тренажерний зал і зал аеробіки, сауна, підземний паркінг на **57** місць, автономна пральня та хімчистка. Готель має клас "**4** зірки-плюс". Ще один приклад ланцюгового готелю готель "**Хайятт Рідженсі Київ**". Мережа "**Hyatt**" нараховує **217** готелів у **43** країнах світу. У київському готелі - **234** номери, з яких **25** - апартаменти. У дипломатичних апартаментах, площа яких складає **140** кв. м, є кухня, зал з домашнім кінотеатром, спальня, ванна кімната з сауною, унітазом з кількома режимами використання. Все обладнання ексклюзивне, зроблене за ескізами французьких, англійських та італійських дизайнерів. У готелі працюють **SPA**-центр, до складу якого входять дев'ять залів, фітнес-клуб і басейн. У **серпні 2007** р. Містобудівна рада м. Києва схвалила проект п'ятизіркового готелю "**Софітель**" готельного ланцюга "**Аккор**" (**Франція**) на вул. Лютеранській, де передбачено розмістити **290** номерів, **2** ресторани і **2** бари з обідніми терасами, двоповерховий фітнес-клуб, бальний зал, басейн, кімнати для переговорів і дворівневий підземний паркінг на **70** машин.

Прикладом виходу на український готельний ринок міжнародних готельних ланцюгів є також відкриття у Трускавці курортного готелю "**Ріксос-Прикарпаття**", який на даний час не позиціонує себе як готель, а працює у статусі діагностичного лікувально-реабілітаційного курортного комплексу. Підписаний договір на управління з відомим готельним оператором "**Intercontinental Hotels Group**" щодо управління готелем "**Золоті куполи**" у Києві, який готували до відкриття у **2008** р.

Інтенсивний розвиток ділового туризму у країні викликає потребу у готелях високих категорій, яка особливо гостро відчувається у містах, що є центрами ділової активності. Але, крім створення великих і дорогих готелів, перспективними напрямками розбудови готельної галузі України є також забезпечення великих міст готелями середнього рівня - "**3** зірки", про переважаючий попит на які свідчить світова практика, та малими готелями. Нині сектор малих готелів та апартаментів стрімко розвивається як у малих, так і у великих містах - центрах туризму. Створення малих готелів дозволяє вирішити багато проблем, пов'язаних з плануванням та розташуванням готельної

бази, підвищенням якості сервісу. З метою сприяння розвитку малого готельного бізнесу у травні **2007** р. в Україні створено Всеукраїнську громадську організацію "**Асоціація малих готелів та апартаментів України**", прийнято низку цільових програм. Так, у Києві розроблено програму "**Малі готелі Києва**", згідно якої до **2010** р. у столиці планувалося побудувати приблизно **70** малих готелів на **2** тис. номерів. Реалізувати програму передбачається у два етапи. Так, у **2006-2007** рр. було заплановано визначити місця розташування нових малих підприємств та провести реконструкцію існуючих готелів. **2008-2010** рр. в програмі визначаються як період активних інвестиційних вкладень у малі готелі, нарощування обсягів туристичних послуг. У малих містах, сільській та курортних місцевостях перспективним є створення мережі невеликих сімейних готелів, приватних готелів і пансіонатів.

Актуальним є також створення молодіжних готелів спрощеного сервісу - хостелів та студентських готелів. Сьогодні в Україні функціонують молодіжні хостелі у Києві, Львові, в Автономній Республіці Крим (Балаклава), та Черкаській області. їх створенням та розбудовою в Україні опікується Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація, що є членом **International Youth Hostel Federation**. У **2007** р. розпочато роботу з розробки Моделі молодіжного готелю.

Враховуючи завдання розбудови інфраструктури міжнародних транспортних коридорів, що стоїть перед туристичною галуззю, передбачається створення мережі готельно-ресторанних комплексів і мотелів на основних міжнародних магістралях.

Цікавою є пропозиція створення готелів-замків на базі архітектурної спадщини регіонів України, для чого слід провести інвентаризацію пам'яток і визначити ті з них, в яких доцільним буде розташувати готелі.

У галузі готельного обслуговування в Україні знаходять своє відображення основні тенденції, що існують нині в готельному господарстві світу. Швидкими темпами проводиться комп'ютеризація роботи готелів у містах України, запроваджуються системи управління номерним фондом та маркетинговою діяльністю. У Києві **16** готелів підключені до міжнародних систем бронювання, деякі мають свої сайти в Інтернеті. Спеціалізація готельної бази незалежної країни розпочалася з сегменту ділових готелів. Уже тепер на готельному ринку України спостерігається тенденція до концептуалізації роботи готелів: готель "**Ореанда**" в Ялті проголосив концепцію

"Місто у місті", готель "Братислава" у Києві - "Готель, де усім добре, як удома". Київський "Прем'єр Палац" основним змістом своєї концепції - "**Nomen est omen**" ("Ім'я - це все") - створив філософію елітного обслуговування.

Подальший розвиток готельної галузі України потребує пильної уваги та підтримки з боку держави. Розбудова туристичної інфраструктури, інвентаризація та модернізація матеріальної бази туристично-рекреаційного комплексу, розробка регіональних програм її будівництва, створення сприятливих умов для залучення інвестиційних і кредитних коштів у її розвиток, у тому числі у пріоритетних напрямках, визначаються серед основних заходів Державної програми розвитку туризму в Україні на **2002-2010рр.**

### ***Розвиток індустрії гостинності в Європі,***

Історія розвитку туризму нараховує не одну тисячу років, безпосередньо пов'язаних з історією розвитку цивілізації. Географія і основна ціль подорожей, стан інфраструктури, яка обслуговувала туризм, є основними етапами розвитку історії суспільства. Еволюція підприємств готельного господарства повторює основні етапи становлення туризму. Перші згадки про підприємства готельного господарства зустрічаються в манускриптах, один із них - кодекс царя **Вавилону Хаммурапі**. Написаний цей кодекс приблизно в **1700 р. до н.е.** і в ньому були визначені різні правила, наприклад, за що господаря таверни можна наказувати. Перші туристичні подорожі були пов'язані з розвитком торгівлі та обміну, перш за все в **Азії** і на **Близькому Сході**. Саме діловий туризм став першопричиною появи підприємств готельного господарства на територіях тих регіонів, де проходили великі торговельні шляхи. Вздовж цих шляхів створювалися караван-сараї - це спеціальні пункти для людей та загони для верблюдів і коней, які служили для мешканців захистом не тільки від негоди, але і від грабіжників. В Стародавньому світі основними мотивами подорожей, крім торгівлі, було і вивчення світу, оздоровлення (поїздки до мінеральних вод), навчання. В період розквіту грецьких міст-держав формувались центри, які регулярно відвідували подорожуючі, наприклад Олімпія під час Олімпійських ігор. Для учасників ігор будувались спеціальні житлові будівлі, місця для тренування, надавались побутові послуги (баня, харчування, відправа культових звичаїв). Ще до **I ст. до н. е.** в Римській імперії виникла і розквітла мережа державних заїжджих дворів, які будувались вздовж головних доріг, перш за все для

державних чиновників та гінців. Існували два типи "притулку" в провінції і в самому Римі: одне з яких призначалося тільки для патриціїв (мансіонас), друге - для плебеїв (**стабулярії**). Заїжджі двори для верств нижчого класу комфортом не відзначалися, а багато подорожуючих розраховували тільки на гостинність домовласників. Місця харчування і відпочинку також призначалися для відповідних нижчих класів суспільства. Вищий клас надавав перевагу відпочинку і влаштував "**бенкети**" в громадських банях. В **V ст.**, після падіння Римської імперії наступив черговий етап розвитку підприємств гостинності. Напади кочівників призводять до знищення систем комунікації (першою жертвою стали мощені дороги) античного світу. Середньовіччя характеризується скороченням кількості подорожей і зміною географії основних потоків; переважали ділові поїздки, які були пов'язані зі торгівлею та паломництвом до святих місць. Основним організатором розміщення і харчування для паломників була церква, монастирі безкоштовно приймали гостей. Церква зобов'язана була організувати "**готелі**" для подорожуючих, паломників, священників. Спочатку надавались послуги безкоштовно, але згодом стають підприємствами, розрахованими на отримання прибутку. Церква брала гроші. Подорожували і знатні феодалі зі своєю свитою, і вищий клас, які представляли державні та особисті інтереси, і групи бродяг, які склалися з поетів, акторів і співаків, а також ті, які намагалися заробити і опанувати науки і ремесло. Подорожуючі переміщувалися групами, так як вірогідність нападів розбійників була достатньо великою. Збільшення кількості університетів у Європі сприяло зростанню подорожей майбутніми студентами. Прообрази готелів були і на Близькому Сході, в Середній Азії, і в Закавказзі. Купці з караванами товарів подорожували по передгір'ях і пустинях, ночуючи, як правило, в шатрах. Проте, іноді зупинялися в караван-сараях - своєрідних готельних комплексах, що включали не тільки приміщення для ночівлі людей, але й загони для верблюдів та інші приміщення, які для захисту від грабіжників захищалися фортечними стінами. Розвиток торговельних зв'язків сприяв значному зростанню готельного господарства в Європі. Наприклад, в Мілані в **XIV ст.** вже нараховувалося **150 готелів**. **XV- XVI ст.** - це час глобальних змін у Європі, пов'язаний зі технічним прогресом і географічними відкриттями. В кінці **XV ст.** в Англії з'являються закони, які регулюють роботу заїжджих дворів (**їх нараховувалось в той час біля 600**), а у Франції вводиться обов'язковий облік мешканців. Однак, готельне господарство

того періоду було надзвичайно не примітивним: не було зручностей, дуже низький санітарний стан. В **XVI** ст. з'являються перші кофейні, які в кінці **XVII** ст. стають центрами культурного життя того часу. В **1553 р.** в Парижі з'являються унікальні для того періоду заклади, наприклад, ресторан **Tour d Argent**, завданням якого було надати послуги харчування. Для цього періоду характерні таверни для простих людей, де за загальним столом подавалися чергові страви за фіксованими цінами. В сільській місцевості один заїжджий двір обслуговував всіх прибулих: заможні люди обслуговувалися в столовій або у себе в кімнаті, бідняки, в основному, їли із господарями заїжджого двору і його сім'єю на кухні. В **XVII** ст. набувають суттєвої різниці за набором послуг і за ціною сільські і міські засоби розміщення. Серед сільських засобів розміщення слід виділити заїжджі двори і трактири, які пропонували, в основному, нічліг і сніданок. У місті засобами розміщення стали мебльовані кімнати, пансіони і готелі, які надавали всі зручності і повне обслуговування. У **XVIII-XIX** ст. із зростанням економічних і політичних зв'язків між державами починається бурхливий розвиток готельного господарства, особливо в містах Європи. Готельна справа перетворюється у важливу галузь, яка приносить великі прибутки. Розвиток підприємств гостинності **XIX** ст. пов'язаний з розвитком туризму. Розгортається будівництво великих і малих готелів на морських побережжях, біля джерел з мінеральною водою, в живописних місцях. В кінці **XIX** ст. у великих містах з'явилися готелі зі сучасними зручностями: каналізацією, гарячим водопостачанням, центральним опаленням, піднімальними машинами (прообразами ліфтів), електрикою в номерах тощо. До таких готелів відносився і паризький **Grand Hotel**, який був відкритий в **1862 р.** Поступово вдосконалюється їх технічне обладнання, змінюються форми і методи обслуговування. Стрімко розвиваються і підприємства харчування, тобто з'являються ресторани зі високим рівнем обслуговування, які пропонують своїм відвідувачам послуги, використовуючи меню (**a la carte**), організовується харчування для загальноосвітніх закладів і лікарень. В **1898 р.** у **Лондоні** відкрився готель **Savou**, його управляючий **Сезар Рітц** і шеф-кухар здійснили справжню революцію в організації ресторанів, і обіди в цьому готелі стали атрибутом світського життя. Зміни в європейській готельній індустрії на початку **XX** ст. пов'язані зі змінами в суспільстві: прискорюється ритм життя (удосконалюються засоби пересування, з'являється радіо, телефонний зв'язок, набуває поширення електричне освітлення),

проходить перебудова суспільства в сторону демократизації (з **1936 р.** уряд Франції вводить річні відпустки, на початку **1950-х рр.** для життя західних країн це стає нормою); все це призводить до появи попиту стандартизоване обслуговування: комфортне і недороге. У готельній галузі виникають компанії, акціонерні товариства, корпорації та синдикати, які управляють готельним господарством не тільки у своїй країні, але й керують будівництвом готелів в інших країнах (синдикат готелів у Лондоні, **"Союз власників готелів"** у Франції). Ці організації встановлювали ціни на готельні номери, готували кадри готельного бізнесу, сприяли розвитку туризму в цілому. В **1906 р.** був створений **"Міжнародний союз власників готелів"**, який об'єднав власників **17000** готелів в різних країнах світу. У великих містах готелі починають використовувати і в інших цілях: влаштовують казино, проводять прийоми, прес-конференції та ін. Початок новітньої історії для підприємств готельного господарства Європи став **"золотою епоєю"** і тривав із початку **60-х** до кінця **80-х рр. XX ст.** Це була епоха масштабного будівництва засобів розміщення : їх високого завантаження. Основні причини цього явища зумовлювалися зміною демографічної ситуації після Другої світової війни, розвитком туризму як однієї із провідних галузей економіки в західних країнах і політикою цих країн в соціальній сфері. З **1960 р.** бере початок будівництво нових підприємств готельного господарства на Середземних курортах, а пізніше і в скандинавських країнах. Активне будівництво бізнес-готелів розпочалося з **1970-х рр.**, що було обумовлене збільшенням частки бізнес-поїздок. Туризм і зростаюча з кожним роком готельна база перетворились в індустрію послуг, яка в поєднанні з індустрією розваг стала джерелом доходів, отримання прибутку. Теорія управління під час **"золотого періоду"** надавала перевагу питанням, які були пов'язані не зі скороченням витрат і підвищенням якості послуг, а основою була цінова політика. Інфляція, характерна риса економіки всіх європейських країн того часу, сприяла підвищенню цін на нерухомість, а підприємства готельного господарства піднімали ціни на проживання у відповідності зі зростанням рівня життя. Все це сприяло інвесторам вкладати гроші в готельний бізнес, отримуючи прибутки. Реальні труднощі підприємства готельного господарства **"відчули"** в кінці **1980-х рр.** Виникла потреба у використанні нових методів підвищення ефективності: технічні прийоми, спрямовані на збільшення попиту, організаційно-управлінські, основані на запровадженні нових форм управління

тощо. **Франчайзинг і контракт** - це найбільш поширені форми управління в готельному бізнесі, але, на відміну від Північної Америки, широкого поширення в Європі вони не дістали. На підставі вищевикладеного можна зробити висновки, що індустрія гостинності Європи розвивалася, по-перше завдяки змінам в ментальності суспільства і соціально-економічним перетворенням, по-друге, внаслідок технічного прогресу в підприємствах готельного господарства з'явилися технічні новинки (стали використовувати нові матеріали і технології в будівництві, засоби зв'язку тощо).

### **Тема 3: «Типізація підприємств готельного господарства».**

#### **План лекції:**

1. Функціональне призначення підприємств готельного господарства.
2. Типізація засобів розміщення відповідно до рекомендацій UNWTO.
3. Фактори, що впливають на типізацію готельних підприємств:
  - 3.1 Місцезнаходження готельного господарства;
  - 3.2 Фактор «основного призначення «готельного господарства».
  - 3.3 Фактор часу (термін перебування) в підприємстві готельного господарства.
4. Основні вимоги до готелів.

#### **Види готелів і особливості їх «товару» у готельному господарстві.**

У світовій практиці залежно від основного призначення виділяють різні види готелів. Наприклад, **бізнес-готелі** відкривають для ділових людей; **конференц-готелі** для проведення конференцій, з'їздів; **курортні готелі** для курортників; готелі для туристів, спортсменів, транзитних пасажирів, **мотелі, або кемпінги** - для автотуристів. Останні, як правило, приваблюють місцем свого розташування (біля трас) і нижчою, порівняно з готелями, ціною. Але й у цій категорії готелів є підприємства найвищого рівня, наприклад, **18-**поверховий мотор-готель "**Хілтон**" у Сан-Франциско містить на

кожному поверсі гаражі для машин клієнтів, що проживають на цьому ж поверсі.

Серед зовсім екзотичних видів готелів можна назвати **ботелі** або **флотелі** - для тих, хто подорожує водою на моторних човнах, вітрильниках, байдарках, флайтелі - для власників літаків і вертольотів.

Призначення готелю визначає місце його розташування. Наприклад, ділові готелі, як правило, розташовуються у центральних частинах міста, поблизу адміністративних, промислових, торговельних та інших центрів, а також транспортних комунікацій. Туристські готелі розміщують у зелених зонах поблизу пам'яток архітектури, на перетинах туристських маршрутів тощо. Натомість курортні готелі розташовують у курортній місцевості, де є можливість профілактичного лікування.

Готелі, залежно від призначення, мають різний склад приміщень для проведення вільного часу: кегельбани, ігрові автомати, танцювальні зали, спортивні майданчики, солярії, конференц-зали, нічні ресторани та бари тощо. Залежно від наявності поблизу готелю громадських споруд, коливається частка громадських і обслуговуючих приміщень. Ресторани, бари, зали для конференцій і банкетів майже завжди розраховують на обслуговування як тих, хто проживає у готелі, так і відвідувачів зі сторони. В невеликих населених пунктах готелі набувають ролі громадських центрів, часто їх суміщають з клубами, кінотеатрами.

Важлива ознака готелю - кількість місць. Наприклад, у **Франції** готелем може вважатися підприємство, що не має навіть **10** номерів. **90%** готелів **Швейцарії** мають до **100** місць, тобто також дуже невеликі за розмірами. Вважається, що світовий готельний фонд переважно розміщується у малих і середніх готелях. Найсучасніші готелі міжнародного класу, як правило, мають **300-600** місць. Водночас існують готелі-гіганти, наприклад, "**Ван дам Нор**" (**Париж**) - **1000** номерів, "**Шератон**" (**Торонто**) - **1447** номерів, "**Хілтон**" (**Нью-Йорк**) - **2150** номерів. Готель "**Космос**" (**Москва**) розрахований на **3354** місця. Обмеженість земельних площ у центральних частинах міст призводить до збільшення кількості поверхів у готелях. Наприклад, "**Шератон**" (**Торонто**) і "**Хілтон**" (**Сідней**) мають **43** поверхи, "**Американа**" (**Нью-Йорк**) - **50**.

Зростання місткості готелів викликана економічними міркуваннями і маркетинговою політикою, адже це дозволяє впроваджувати більш сучасне обладнання, підвищувати

продуктивність праці, економити на відносному скороченні умовно-постійних витрат. У великих готелях є можливість надавати клієнтам ширший асортимент послуг. Також можна зменшити витрати у розрахунку на одне місце за умови збільшення кількості місць у готелі. Однак збільшення місткості готелів також має свої розумні межі. Цей показник вступає в суперечність з іншими показниками та критеріями оцінки діяльності готелів, адже при цьому погіршується керованість готелем та зростає ймовірність недозавантаженості.

Рентабельність готелів значною мірою залежить від співвідношення житлових і нежитлових приміщень. У намаганні підвищити рентабельність спостерігається тенденція скорочення обслуговуючих і громадських приміщень. Найоптимальніше співвідношення житлових і обслуговуючих приміщень досягається при великій місткості готелів. Якщо, наприклад, вестибюлі готелів, розрахованих на **50** осіб, мають площу **1-1,5 м<sup>2</sup>** на одну особу, то в готелях, місткістю понад **100** осіб, ця ж площа зменшується до **0,3-0,5 м<sup>2</sup>** на особу, при цьому клас такого готелю не знижується. Відповідно у більш містких готелях зменшується питома вага адміністративних та господарських приміщень. Залежність між зміною питомої ваги площі приміщень, пов'язаних з забезпеченням харчування та місткістю готелів, не така очевидна. У цьому випадку слід враховувати потенційний контингент відвідувачів закладів харчування зі сторони. Але і тут проявляється тенденція до зменшення питомої площі від **2-4 м<sup>2</sup>** на одного жителя (у невеликих готелях) до **1-2 м<sup>2</sup>** (у великих). Такі ж залежності характерні і для приміщень громадського користування - залів для конференцій, танців, банкетів тощо. З метою раціональнішого використання приміщень в окремих готелях застосовують пересувні перегородки, які дозволяють змінювати площі громадських приміщень залежно від ситуації, орієнтуючись на вимоги клієнтури та проведення тих чи інших заходів.

Малоповерхові готелі найчастіше зводять у зонах відпочинку, аби вписатися в ландшафт, не зіпсувати, не порушити краєвиди. Іноді готелі складаються з багатьох корпусів і утворюють комплекси. Споруджувати такі готелі легше. Крім того, можна використовувати місцеві будівельні матеріали, що значно спрощує інженерно-технічні рішення.

У сучасних готелях здебільшого передбачені однокімнатні номери на одну-дві особи, а також частково дво- чотири кімнатні номери, так звані апартаменти. Співвідношення одно- і двомісних номерів буває різним і залежить від типу готелю і

рівня комфортності. У ділових готелях, як правило, переважають одномісні номери. Іноді частка одномісних номерів таких готелів сягає **90** і навіть **100%**. Навпаки в туристичних та, особливо, в курортних готелях переважають двомісні номери. У готелях, де можуть розміщуватися сім'ї, передбачають дво-, три і чотиримісні номери, а у готелях для молодіжного і спортивного туризму поряд з одно-двомісними номерами часом передбачають і частину номерів на **4-8** осіб, що суттєво знижує вартість готельної послуги.

У розвинених країнах прийнято чітко відрізнити готелі від різного роду гуртожитків, будинків відпочинку, спортивно-профілактичних центрів та інших установ, що надають подібні послуги. В окремих випадках неправомірне вживання терміна "**готель**" може спричинити навіть кримінальну відповідальність. Основним критерієм готелю у цивілізованому світі є наявність широкого асортименту послуг окрім ночівлі і харчування. Клієнт, який проживає у готелі, повинен мати можливість для відпочинку, розумової праці, приймання гостей, задоволення особистих потреб (чищення одягу, взуття, прання, доставка харчування в номер, медична допомога, придбання квитків на транспортні засоби і розважальні заходи, замовлення таксі та ін.). Готель повинен гарантувати безпеку майна клієнта, кваліфіковане і ввічливе обслуговування, чистоту приміщень тощо.

Однією з найважливіших характеристик якості готельного господарства є рівень комфорту. Останній здебільшого визначається технічним оснащенням, складом номерів та обсягами пропонованих послуг. У багатьох країнах готелі поділяють на категорії, що дозволяє клієнтам наперед орієнтуватися стосовно якості і номенклатури послуг, а також можливих цін. Критеріями для віднесення готелів до окремих категорій є якість приміщень загального користування і номерів, кількість ванних та душових кімнат, стандарти умеблювання, види, кількість і якість технічного обладнання (наприклад, засоби зв'язку, кондиціонери), рівень оформлення приміщень, кількість і кваліфікація персоналу, рівень та асортимент послуг з харчування, інших послуг тощо. Перелічені послуги у неготельних приміщеннях, тобто у гуртожитках, профілакторіях надати неможливо.

У США готелі поділяють на комерційні, мотелі, курортні і для проведення зустрічей. Крім того, готелі США класифікують за термінами проживання: в межах тижня, для постійного проживання, курортні готелі для проживання на час відпочинку.

В Австрії діє "зіркова" класифікація готелів - від однієї до п'яти "зірок". Крім того, за розміром виділяють малі, середні і великі підприємства готельного сервісу. Найважливішими ознаками для такої класифікації є кількість місць у готелі, кількість персоналу і річна виручка (табл. 1.2). Готелі Австрії поділяють також на кілька груп залежно від місця їх розташування, адже це зумовлює різний рівень цін у готелях однієї категорії. Крім власне готелів в Австрії існує велика кількість готельних дворів, готелів, у яких розташовуються особи, що приїхали на лікування, готелі для туристів, розраховані на ночівлю і сніданок.

**Таблиця 1.2.**

**Середні показники готелів Австрії залежно від їх розміру.**

<b>Категорія готелю</b>	<b>Кількість місць, одиниць</b>	<b>Кількість осіб обслуговуючого персоналу</b>	<b>Річна виручка, млн. шиллінгів</b>
Малий	42	6	5
Середній	60	15	10
Великий	110	42	12-15

Різноманітні системи класифікації готелів можна об'єднати у дві основні групи: "європейський тип" та "індійський тип". В основу першої групи покладена французька національна система. Друга ж група базується на індійській національній системі з відповідною бальною оцінкою.

Французька національна система передбачає поділ готелів на п'ять категорій (табл. 1.3). Як видно з табл. 1.3, показник розміру готелю, виражений у кількості місць, практично не впливає на його "зірковість". Головним критерієм оцінки категорії готелів виступає комфортність та набір послуг, що надаються.

**Таблиця 1.3.**

**Мінімальні вимоги до готелів за французькою  
(європейською) системою класифікації .**

<b>Параметр</b>	<b>1 зірка</b>	<b>2 зірки</b>	<b>3 зірки</b>	<b>4 зірки</b>	<b>4Л (люкс) або 5 зірок</b>
Кількість номерів	7	7	10	10	10
Площа холу, м <sup>2</sup>	9	30	30	30	150
Площа одномісного номера, м <sup>2</sup>	8	8	9	10	10
Площа двомісного номера, м <sup>2</sup>	9	9	10	12	14
Частка багатокімнатних номерів, %	-	-	-	-	5
Частка номерів з ванною, %	-	30	70	90	100
Частка номерів з телевізором, %	-	-	100	100	100
Гараж для автомобілів гостей (+/-)	-	-	+	+	+
Ресторан в готелі (+/-)	+	+	+	+	+
Подача сніданку в номер (+/-)	-	-	+	+	+
Вентиляція в номерах (+/-)	+	+	+	+	+
Знання іноземних мов персоналом, що приймає гостей	-	1	2	2	3

Індійська система класифікації готелів також включає п'ять категорій: "**1 зірка**", "**2 зірки**", "**3 зірки**", "**4 зірки**", "**5 зірок**". Але вимоги до готелів оцінюються у балах. При цьому для кожного пункту вимог встановлюється певна максимальна бальна оцінка. Наприклад, готель категорії "1 зірка" повинен бути розташований у привабливому районі, у придатній для розміщення гостей будівлі. Максимальна оцінка за цим показником становить **15** балів. Для отримання відповідної категорії необхідно набрати такі мінімальні суми балів: "**1 зірка**"

- 100 балів, "2 зірки" – 150 балів, "3 зірки" – 210 балів, "4 зірки" – 260 балів, "5 зірок" - 290 балів.

У країнах СНД донедавна готелі класифікувалися відповідно до "Положення про віднесення готелів до розрядів і номерів у готелях до категорій". Згідно з цим Положенням, готелі залежно від рівня благоустрою, видів і розмірів громадських приміщень, комфортабельності номерів, розвитку служб обслуговування, поділяли на сім розрядів: "Люкс", "Вищий А", "Вищий Б", I, II, III і IV. Розряд "Вищий А" орієнтовно відповідав чотирьом зіркам, "Вищий Б" - трьом. Тепер у більшості країн СНД вводять уніфіковані вимоги до готелів відповідно з чинними міжнародними стандартами.

Міждержавний стандарт (країн СНД) з класифікації готелів, який набув чинності в Україні з **1.01.1997 р.**, передбачає поділ готелів на п'ять категорій і мотелів на чотири категорії (від однієї до п'яти або чотирьох зірок). В основу цієї класифікації покладено рівень вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури і якості послуг, якості обслуговування. У стандарті наведено понад **200** ознак, наявність або відсутність яких дає можливість віднести готель до певної категорії. Вимоги цього стандарту досить помітно відрізняються від світових уявлень про зірки готелів. Наприклад, за кордоном замість ключів від номерів давно використовують пластикові картки, у згаданому ж стандарті передбачені лише замки підвищеної секретності. Щоб відповідати світовим стандартам, українські готелі потребують значної модернізації. За оцінками експертів, донедавна в Україні не було жодного готелю, який міг би претендувати на п'ять зірок, лише три чотиризіркові, від **32 до 64** (за різними джерелами) підприємств – тризіркові і двозіркові, що становить приблизно **3-5%** загальної кількості готелів.

Засоби розміщення приїжджих або прибулих іноді поділяють на традиційні і нетрадиційні, або доповнювальні. Останні особливо інтенсивно почали розвиватися **30-40 років тому** і створюють щораз більшу конкуренцію готелям. Основна відмінність традиційних підприємств готельного господарства полягає у тому, що вони пропонують повний комплекс послуг з приймання, розміщення, харчування та обслуговування гостей. Доповнювальні ж засоби розміщення клієнтів, як правило, обмежуються лише можливістю розміщення. При цьому харчування, прибирання номерів та додаткові послуги або цілком відсутні, або виконує клієнт самостійно, або замовляє за окрему плату.

Основні і доповнювальні засоби розміщення клієнтів суттєво відрізняються між собою за формою правових відносин з клієнтом. На підприємствах готельного господарства турист є гостем, замовником послуг. На підприємствах, які належать до доповнювальних засобів розміщення, турист виступає або як власник, або як орендар. Доповнювальні засоби розміщення клієнтів часто називають другим будинком. Сюди відносять дачні будинки, будинки в селах, квартири для відпочинку, навіть вагони-причепи для автомобілів, яхти тощо. У певному розумінні проміжною формою між основними і доповнювальними засобами розміщення є апартамент-готелі.

Ринок послуг доповнювальних засобів розміщення клієнтів розвивається останнім часом швидше, ніж готельна сфера загалом. В окремих країнах, регіонах, особливо, у сезони відпочинку доповнювальні засоби здатні розмістити та прийняти більше клієнтів, ніж основні. Серед факторів інтенсивного зростання ринку послуг доповнювальних засобів розміщення клієнтів у розвинених країнах можна назвати: зростання добробуту громадян; прагнення застрахуватися від інфляції шляхом придбання нерухомості; суттєву різницю цін на нерухомість у центрах і на периферії; підвищення мобільності населення завдяки розвитку автомобільного та інших видів транспорту; індивідуалізацію попиту на туристичні послуги та поглиблення його сегментації; спеціалізацію окремих регіонів за туристичним спрямуванням тощо.

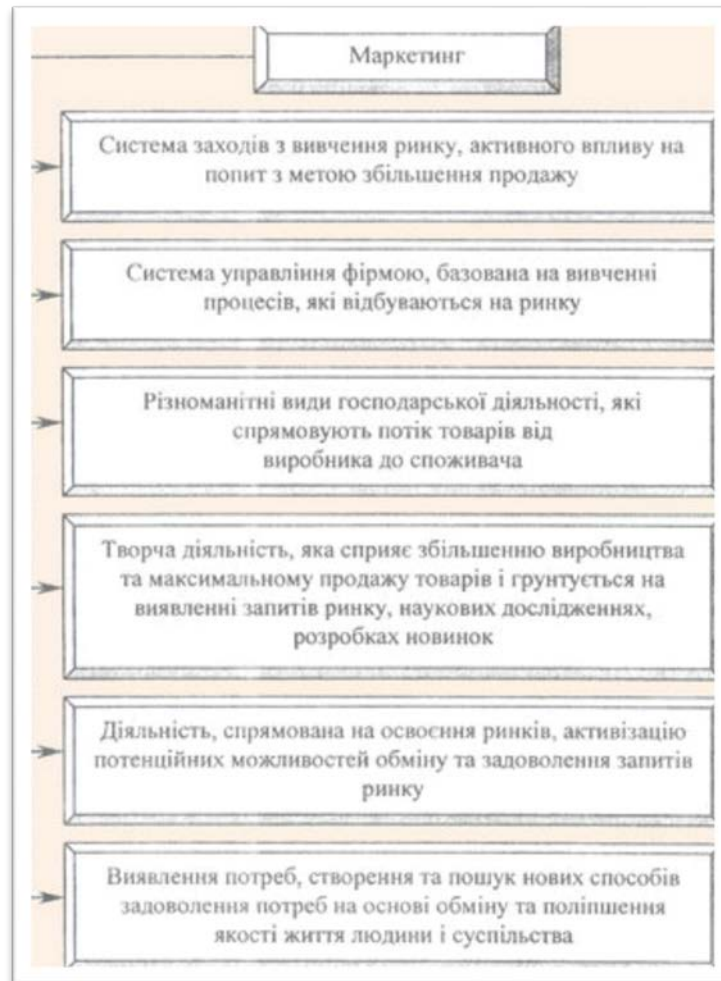
Розвиток ринку доповнювальних засобів розміщення тісно пов'язаний як з економічним станом, так і з психологією населення: вищі й середні його класи вкладають капітал у туристичну нерухомість, тоді як менш заможні громадяни орендують цю нерухомість під час відпочинку. Сукупно ці процеси стимулюють подальший розвиток ринку "других будинків". Психологічний портрет сучасного користувача готельних послуг пов'язаний як з прагненням до комфорту, так і з бажанням "повернутися до природи", мати незалежний стиль відпочинку, не підкорятися певним організованим формам проведення дозвілля, усталеним традиціям вибору одягу, страв тощо. Нетрадиційні засоби розміщення відпочивальників якраз і дозволяють задовольняти ці вимоги споживачів. Дослідники переважно пов'язують доповнювальні засоби розміщення клієнтів з внутрішнім туризмом, а основні, тобто готелі - з зовнішнім.

Серед негативних наслідків розвитку доповнювальних засобів розміщення клієнтів називається передусім їх низьку

середньорічну завантаженість і пов'язану з цим можливість обслуговувати значну кількість туристів протягом сезону відпочинку, що відбирає клієнтів у готелів, особливо малих і середніх. Наприклад, у Швейцарії в останні десятиріччя кількість підприємств готельного господарства зменшилася, а їх середній розмір зріс, що свідчить про зникнення певної частки малих готелів. Відзначається також негативний вплив розвитку доповнювальних засобів розміщення клієнтів на екологію турцентрів: руйнується природний ландшафт, скорочуються вільні від забудови території, перевантажуються місцеві системи комунального господарства.

Класифікацію готелів слід розглядати як важливий інструмент запровадження концепції маркетингу, добору тих його рушіїв та визначення певних маркетингових стратегій, застосування яких дозволило б підвищити ефективність роботи готелю та маркетингової діяльності зокрема.

Відомо, що трактування поняття "**маркетинг**" також еволюціонувало. Змінювалися форма, зміст, функції та мета маркетингової діяльності. Серед відомих визначень поняття "маркетинг", які наведені на рис. 1.1, слід звернути увагу на ті з них, котрі власне не лише символізують певні зміни у поглядах на маркетинг, й суттєво змінюють вектор маркетингової діяльності.



**Рис. 1.1. Еволюція трактування поняття "маркетинг"**

**Аналізуючи наведені дефініції поняття маркетингу, слід підкреслити наступне:**

1. **Маркетинг** розглядають як інструмент дослідження ринку, впливу на нього з єдиною метою збільшення продажу.

2. **Маркетинг** ототожнюють з системою управління фірмою, що ґрунтується знову ж таки на дослідженні процесів, які вже відбулися або відбуваються на ринку.

3. **Маркетингу** приписують пасивну технічну, технологічну функцію, пов'язану зі спрямуванням потоку вже виготовлених товарів від виробника до споживача.

4. **Маркетинг** розцінюють як творчу діяльність, в основу якої покладено виявлення запитів ринку, наукові дослідження та розробки новинок. Подібний погляд на маркетинг суттєво змінює зміст і напрям маркетингової діяльності, адже відбувається роздвоєння акцентів між необхідністю вивчення ринку, запитів його клієнттури та пропозицією новинок, тобто чи не вперше маркетингу замість пасивної відведена активна роль - не сліпо слідувати за запитам ринку, а пропонувати такі товари,

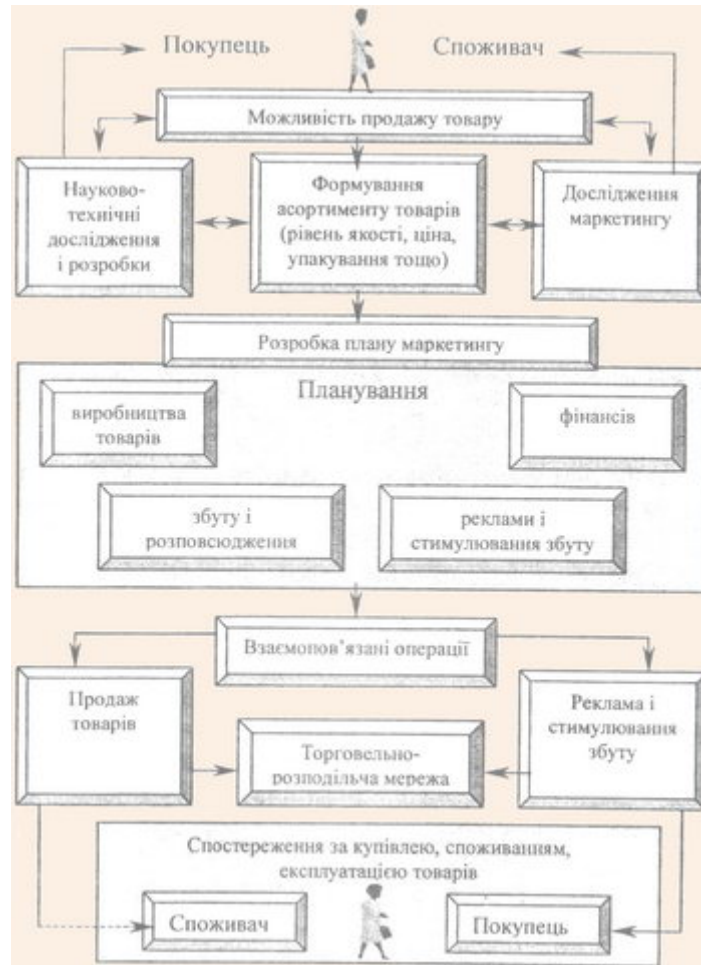
які невідомі ринку. Хоча при цьому мета маркетингу полягає у збільшенні виробництва та продажу товарів.

5. **Маркетинг** сприймають як силу, що здатна запропонувати нову філософію життя людини, функціонування суспільства. Відбувається очевидне зміщення акцентів. Не відкидаючи необхідності вивчення та виявлення потреб людини, наголошується на можливості інструментами маркетингу створювати нові потреби і способи задоволення цих потреб. Однак вершиною сучасного тлумачення маркетингу є те, що збільшення обсягів продажу товарів розглядається як опосередкована мета, тоді як головна мета підприємства, що застосовує концепцію маркетингу, полягає у пропонуванні таких товарів, які підвищували б рівень життя людини та суспільства загалом.

Саме останнє з наведених на **рис. 1.1** трактувань поняття маркетинг - *"Виявлення потреб, створення та пошук нових способів задоволення потреб на основі обміну та поліпшення якості життя людини та суспільства"* відображає зміст, специфіку, засади та мету підприємств готельного типу, що функціонують за концепцією маркетингу.

Водночас готельна послуга (основна і ті, що супроводжують або доповнюють її) є особливим, специфічним товаром, тому маркетинг готельних послуг має свою специфіку порівняно з маркетингом матеріалізованого товару. Вона присутня на кожній зі стадій маркетингу.

Якщо розглянути класичну схему процесу маркетингу (**рис. 1.2**), то на перших стадіях маркетингу готельних послуг, що пов'язані з циклом процедур та операцій з діагностично-дослідницьких робіт, формування асортименту послуг, розробки плану маркетингу, спостерігаються незначні відмінності, викликані специфікою самих готельних послуг. На наступних стадіях, спрямованих на реалізацію спланованих на перших стадіях маркетингових дій, маркетинг послуг суттєво відрізняється. Охарактеризуємо маркетинг готельних послуг (**рис. 1.2**):



**Рис 1.2. Схема процесу маркетингу**

1. **Маркетинг готельних послуг**, як і матеріальних товарів, має замкнений цикл. Він розпочинається роботами з вивчення користувачів готельних послуг і завершується такими ж роботами. Однак процедури, мета та особливо спрямованість дослідницьких робіт суттєво відрізняються (докладніше ми їх розглянемо нижче). Тут же зазначимо, що центральною фігурою початку і кінця процесу маркетингу готельних послуг є людина - потенційний користувач готельних послуг. Якщо на початку цього процесу через засоби маркетингу виявляються набір маркетингових послуг та їх параметри, то наприкінці потрібно засобами маркетингу визначити ступінь задоволення користувачів тими послугами, які були запропоновані і куплені ними. Крім того, слід виявити розбіжності між пропонованими і купленими послугами, між пропонованими і тими додатковими послугами, які в готелі можуть бути запропонованими. Отже, процес маркетингу не лише замкнений, а й спіралеподібний. Завдяки цьому вишуковуються резерви більш повного задоволення запитів клієнтури готелів, а значить виявляються можливості зростання обсягів їх діяльності.

2. На початковій стадії **процесу маркетингу готельних послуг** ставиться завдання виявлення можливості продажу готельних послуг. Для його виконання здійснюють різнопланові за характером дослідження. По-перше, виявляють попит на готельні послуги, його кількісні характеристики (інтенсивність, сезонні коливання, найтиповіші сегменти тощо). По-друге, визначають характеристики пропозиції готельних послуг (скільки і яких готельних послуг пропонується, якими готелями за архітектурним, технічним, технологічним, сервісним, фінансовим рівнем вони надаються). Тобто здійснюється моніторинг готельних послуг та моніторинг готельного господарства міста, регіону, в яких передбачається відкрити готельний бізнес або інвестувати капітал у вже чинну готельну справу.

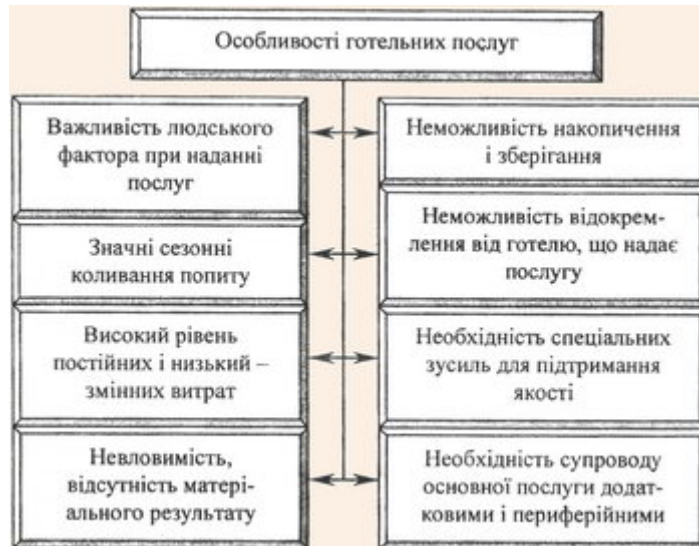
3. **Наступний етап процесу маркетингу** - це, по суті, результат виконання низки дослідницьких робіт попереднього етапу. Мета цього етапу полягає в тому, аби сформувати асортимент послуг за видами, рівнем їх якості, ціновою варіацією та іншими ознаками. Причому важливо, щоб весь асортимент готельних послуг, які пропонуються, розглядався через призму економічної ефективності, якщо не ставиться інша мета. Необхідні при цьому користуватися критерієм вигідності надання послуг, адже та додаткова готельна послуга вимагатиме збільшення витрат, що пов'язані з утримуванням площ, штатів, устаткування, режиму роботи і фактів, де надаються такі послуги. Зауважимо, що в окремих готелях світу розширюють асортимент послуг, незалежно від окупності кожної з них, проте сподіваються на притягальну силу комплексу готельних послуг, сприятимуть збільшенню попиту, що своєю чергою покриватиме витрати на окремі види нерентабельних послуг.

4. **Розробка плану маркетингу розглядається як найголовніша з усіх процедур процесу маркетингу.** Це основний документ, у якому всі маркетингові дії подаються у декількох вимірах, передусім часовому, просторовому, фінансовому, виконавському, тобто планом маркетингу передбачається коли, де, що, хто і в яких обсягах витрат повинен зробити засобами маркетингу, аби розроблена та запропонована готельна послуга "знайшла" потенціального клієнта, на якого вона розрахована, та задовільнила запити на такому рівні, якого вимагав та на який розраховував клієнт, з практики схиляються до думки, що кваліфіковано складений план маркетингу значною мірою забезпечує ефективність маркетингової діяльності, а значить, і загалом діяльність підприємства готельного типу.

План маркетингу, таким чином, містить вимоги до параметрів всього, що створює основну та додаткову готельні послуги, тобто виду готелю за призначенням, розташуванням, складом приміщень, кількістю місць на поверсі, співвідношенням приміщень, складом номерів, наявністю асортименту послуг, рівнем комфортності тощо. Обов'язковим його елементом є обсяги фінансування виконання робіт, необхідних для створення послуги, а також види робіт, спрямованих на інформування потенційних клієнтів про наявні послуги, їх параметри та роботи зі стимулювання збуту послуг.

**5. Наступна стадія маркетингу** - власне збут, реалізація усього запланованого обсягу робіт, передбаченого на попередньому етапі. Якщо йдеться про збут товарів, то мала б функціонувати мережа гуртових та роздрібних продавців товарів, дистрибуторів, дилерів, а також відповідних засобів з транспортування, зберігання, комплектування товарів, їх обслуговування та ремонту в процесі експлуатації. Однак через специфіку готельних послуг подібна інфраструктура зайва. Завдання підприємств готельного типу полягає не в тому щоб наблизити послугу до клієнтів, а в тому, щоб запропонувати її у потрібному для клієнта місці. Ця обставина значно ускладнює процедуру виявлення місць попиту на готельні послуги, його інтенсивність, комфортність. Щоб визначити кількісні параметри попиту на готельні послуги на курортах Іспанії або Канарських островів, потрібні глобальні дослідження потоків туристів і відпочиваючих усієї планети.

У світовій практиці налічується понад **1700** різних типів послуг. Відомі вчені, всесвітньо визнані авторитети маркетингу, зокрема **Ф.Котлер, Дж.М.Еванс, Б.Берман** виділяють низку особливостей маркетингу послуг. Своєю чергою, певну специфіку мають і готельні послуги (**рис. 1.3**), як і їх маркетинг.



**Рис. 1.3. Особливості готельних послуг, які впливають на специфіку маркетингової діяльності готелів.**

Суттєвою відмінністю більшості готельних послуг є їх невловимість, невидимість. Як зауважує **Г. Шостак** "коли ми купуємо використання номера в готелі, ми нічого не беремо з собою, крім пам'яті про проживання". Відсутність матеріального результату не дає можливості попередньо ознайомити потенційного споживача з якістю пропонованої послуги, він її оцінить лише пост фактум, тоді як у якості більшості товарів можна переконатися, побачивши цей товар до купівлі або спостерігаючи за тим, як ним користуються інші (друзі, колеги по роботі, сусіди). Врахування цієї особливості готельної послуги вимагає специфічних маркетингових дій, спрямованих на підсилення впливу на потенційних клієнтів, які не користувалися послугою.

Специфічною ознакою готельних послуг, яка визначає зміст маркетингової діяльності, є також неможливість їх накопичення та зберігання. Приміром, виробниче підприємство протягом певного періоду може виготовляти вироби і за відсутності попиту або невігідності продажу виробу саме в цей період може працювати "на склад". Таким чином залишки товарів дають можливість зовсім ліквідувати або суттєво зменшити тиск проблем, пов'язаних з дисбалансом попиту на товар і його виробництва в окремі проміжки часу. Процес готельного обслуговування таких можливостей не дає, адже момент надання і момент споживання послуги повністю збігаються. Нерівномірний попит на готельні послуги завжди буде вимагати відповідної нерівномірної роботи персоналу, тобто нерівномірного пропонування послуги. З метою зменшення

диспропорцій між попитом і пропозицією готельних послуг маркетингова політика готелів може передбачає типові заходи синхромаркетингу - диференціацію цін залежно від обсягів попиту (дорожче - при його збільшенні і навпаки). При зниженні попиту на готельні послуги можуть використовуватися також заходи його стимулювання, наприклад, знижки на готельні послуги колективним споживачам (туристичним групам, школярам та студентам під час канікул, бізнес-школам та семінарам для організації навчання тощо). Ефективним заходом регулювання відповідності попиту і пропозиції на готельну послугу вважається система попередніх замовлень.

З неможливості зберігання готельної послуги впливає наступна її особливість - неможливість її відокремлення від джерела надання, тобто від конкретного готелю. На відміну від багатьох інших послуг, наприклад ремонту та пошиття одягу та ремонту взуття, продажу квитків, готелі позбавлені можливості розширювати коло клієнтів шляхом прискорення виконання своїх послуг. Якщо певний готель завоював високу репутацію і прагне збільшити обсяги своєї діяльності, то ефективним маркетинговим заходом може бути відкриття філій або нових підприємств під уже відомою фірмовою назвою. Бажання реалізувати таку маркетингову політику послужило рушієм створення готельних ланцюгів: якщо клієнт переконався в якості обслуговування в одному з готелів ланцюга, він наперед віритиме, що ця якість в іншому готелі ланцюга буде також принаймні не гіршою.

Наступною особливістю готельних послуг є неможливість забезпечення їх постійної якості в одному і тому самому готелі протягом певного періоду. Якщо якість телевізорів, що сходять з конвейєра відомої фірми майже однакова (принаймні, пересічний користувач не зможе їх розрізнити за якістю), то в готельному обслуговуванні якість двох наданих одночасно або в різний час послуг в принципі може бути абсолютно різною. У певний момент може бути порушене водопостачання, або зламається замок, або некоректно поведе себе працівник готелю. Ця особливість готельних послуг вимагає спрямування маркетингової політики на забезпечення максимальної стабільності якості обслуговування. З цією метою слід регулярно проводити навчання і контроль роботи персоналу, реально працювати зі скаргами, відгуками і пропозиціями клієнтів, забезпечувати певні запобіжні заходи (наприклад, автономне водо та енергопостачання), цілодобове чергування ремонтно-технічного персоналу тощо.

Якість готельного обслуговування, як правило, проявляється безпосередньо під час надання послуги і вочевидь. У готельному обслуговуванні немає прихованих дефектів, як в інших видах послуг, наприклад, лікуванні, консультуванні, проектуванні. Немає також можливості виправити допущені помилки в процесі обслуговування (на зразок гарантійного ремонту або заміни бракованого товару новим). Звідси впливає особлива важливість стабільного забезпечення належного рівня якості послуг. У державному стандарті України стосовно рівня якості послуг зазначено, що невід'ємною складовою якості є належний рівень маркетингової роботи. На нашу думку, зв'язок цих понять складніший, двосторонній, адже і забезпечення рівня якості послуги можна розглядати як важливу складову маркетингу.

**Поділ послуг на додаткові периферійні підтверджені державним стандартом України який визначає послугу як результат:**

- а) безпосередньої взаємодії постачальника (виконавця) і споживача;
- б) внутрішньої діяльності виконавця щодо задоволення потреб споживача.

Звідси впливає необхідність поділу всіх маркетингових зусиль готелів на дві категорії: пов'язані і не пов'язані з безпосереднім обслуговуванням клієнта (автор проекту майбутнього готелю починає розв'язувати маркетингові задачі задовго до перших контактів готелю з клієнтами). Водночас широкий набір послуг, не пов'язаних з безпосереднім обслуговуванням клієнта, дає можливість варіативності маркетингових заходів впливу на потенційного клієнта, спонукає адміністрації готелів до застосування маркетингу.

На відміну від багатьох видів послуг, послуги готельної сфери вимагають великих капітальних вкладень, що підвищує ризик інвестицій та означає можливість повернення інвестованих коштів лише після кількох років прибуткової експлуатації, а тому вимагає ґрунтовних попередніх розрахунків, діагностики та оцінки маркетингових можливостей майбутнього готельного підприємства. Але ця особливість готельних послуг не перестає впливати на діяльність готельних підприємств і після того, як вони окуплять початкові інвестиції. Справа у тому, що значна матеріально-технічна база готельних підприємств

зумовлює великі поточні постійні витрати, тобто такі, які не змінюються залежно від фактичних обсягів надання готельних послуг. До цих витрат можна віднести зарплату майже всіх категорій працівників готелів (адже їх штат розрахований на загальну кількість місць у готелі і не зменшується за тимчасової незайнятості певної їх частини). Змінні витрати у готелях, навпаки, є дуже низькими. Практично до витрат, що змінюються пропорційно кількості гостей, можна віднести лише прання білизни, витрати води та електроенергії в номерах та деякі інші. Тому для забезпечення беззбиткової діяльності завантаженість готелів завжди повинна бути досить високою, адже отриманою виручкою необхідно перекрити не лише витрати, безпосередньо пов'язані з проживанням гостей, а й значні постійні витрати, що існуватимуть навіть за відсутності клієнтів.

Отже, особливістю маркетингу в готелях є орієнтація не просто на певну кількість клієнтів (краще мало, ніж нікого), а обов'язкове забезпечення високого рівня завантаженості, який слід розраховувати для кожного конкретного готелю.

На маркетингову діяльність готелів впливає сезонність попиту на готельні послуги, тому актуальним завданням маркетингу є згладжування сезонності. Інтенсивність сезонних змін попиту в різних готелях різна: в діловій частині міст - менша, в зонах відпочинку і курортах - більша. З посиленням сезонності зростає необхідність використання засобів синхромаркетингу: підвищення цін і збільшення кількості місць (додаткові спальні місця в номерах, неопалювані будинки, орендовані площі) в сезон і стимулювання попиту з одночасною "консервацією" зайвих площ у міжсезонний період.

Ефективність маркетингу готельних послуг залежить не лише від стану і виду матеріально-технічної бази готелів, рівня реклами, цін та інших рушіїв маркетингу, але значною мірою від людського фактора в обслуговуванні клієнтів, тактовності та уважності персоналу готелю, прагненні працівників готелю сприяти зростанню популярності свого підприємства. Звідси - важливість не тільки процесу добору відповідного персоналу, а й виховання певних норм внутрішньофірмової культури, філософії, моралі.

Не випадково **Б. Карлоф** розглядаючи компоненти системи надання послуг, на перше місце висуває штат працівників, тобто підкреслює особливу важливість роботи з персоналом.

Вихід економіки України з кризового стану супроводжуватиметься активізацією ділової активності, в тому

числі і з зарубіжними партнерами, зростанням добробуту населення, фінансового стану підприємств. Внаслідок цього буде більше службових і приватних поїздок громадян України і а зарубіжних гостей і, відповідно, зросте потреба у готельному обслуговуванні, а отже, більшої актуальності набуде маркетингова робота у готельному господарстві, вона стане невід'ємною її складовою, а в більшості випадків і незамінною.

#### **Тема4: «Система класифікації підприємств готельного господарства».**

##### **План лекції:**

- 1.Основні принципи та підходи до класифікації підприємств готельного господарства в різних країнах світу.
- 2.Класифікація підприємств готельного господарства за рекомендацією ВТО.
- 3.Вимоги до класифікації готелів
4. Класифікація готельних підприємств з урахуванням мінімальних вимог до їх категорій.
- 5.Вимоги ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні».

**Ринок готельних послуг** - це сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг. Вони мають свою специфіку. Більшість з них у нематеріальній сфері економіки існують незалежно одна від одної. Разом же у готельному господарстві ці послуги становлять своєрідні послуги "**гостинності**". Сама назва визначає головну функцію готельного господарства - прийом гостей: як вітчизняних, так і іноземних громадян.

##### **Готельні послуги поділяються на дві групи:**

- 1) основні;
- 2) додаткові (платні й безплатні).

Зважаючи на те, що готель передусім є типом тимчасового житла, де проживають туристи, які прибули до населеного пункту або місцевості, і який забезпечує їх можливістю харчування та різними видами послуг, можна виділити проживання як основну послугу. Вона включає такі складові: бронювання та інші види замовлення місць, підготовка номерів до заселення та підтримання їх у належному стані, прийом і

розміщення гостей (оформлення, реєстрація та облік, розрахунки), збереження майна гостя, виїзд.

На друге місце можна поставити організацію харчування, послуги побутового характеру, яких існує велика кількість відповідно до потреб гостя, послуги культурного, спортивного характеру, зв'язку та інформації тощо. Поділ послуг залежить від того, які потреби гостя вони задовольняють. Усі ці послуги можуть бути надані в сучасному готелі, але їх обсяги і асортимент не будуть однаковими у різних підприємствах, різною буде й організація їх надання, тобто обслуговування.

Серед факторів, що впливають на асортимент послуг і організацію їх надання у кожному конкретному готелі, можна назвати: місце розташування, сезонність, зазначений рівень комфорту (класність) і призначення готелю.

Залежно від типу готелю кількість і якість послуг значно відрізняється. Це, в першу чергу, пов'язане з потребами споживачів даного сегменту ринку, їх платоспроможністю. Наприклад, готелі ділового призначення повинні знаходитися поблизу адміністративних, громадських, промислових центрів: у них повинні бути створені умови для організації праці мешканців, проведення ними нарад. Головні додаткові послуги у деяких готелях - це послуги служб зв'язку (телефон, факс, тайп), служб фінансового забезпечення (відділення банків, обміну валют), послуги торговельних організацій. У розташуванні готелів туристичного типу враховують характер і якість туристичних маршрутів, способів руху, характеру об'єктів туристичної привабливості. Таким чином, головними додатковими послугами у туристичних готелях є послуга підприємств громадського харчування, довідково-інформаційного і екскурсійно-туристичного характеру, організація культурно-розважальних заходів. У світовій практиці готельний фонд групують за різними ознаками. Засновниками наукового підходу до класифікації готелів стали доктор **В.Хунцикер** (засновник науково-дослідного центру з вивчення туризму у м. Берні) і доктор **К.Крапф** (засновник науково-дослідного центру з туризму у м. Сенгален).

**Основними класифікаційними ознаками, що впливають на тип готелю, були визначені такі:**

- 1) тривалість перебування;
- 2) мета перебування;
- 3) місце розташування;
- 4) вид транспорту, який використовується туристом;
- 5) кількість обслуговуваних туристів;

- 6) клас готелю;
- 7) місткість готелю;
- 8) режим експлуатації (сезон, рік);
- 9) форма власності.

**Згідно з цими факторами автори виділяють такі види готелів:**

**1. За тривалістю перебування:**

- а) сімейні;
- б) для тимчасового проживання.

**2. Залежно від мети перебування:**

- а) курортні;
- б) курортно-лікувальні;
- в) бальнеологічні;
- г) спортивні;
- д) для ділових людей;
- є) спеціальні представницькі.

**3. Залежно від місця розташування:**

- а) міські;
- б) гірські;
- в) сільські.

**4. Залежно від виду транспорту:**

- а) пристанційні;
- б) пристановища;
- в) мотелі;
- г) ротелі;
- д) флайтелі.

**5. Залежно від кількості обслуговуваних туристів:**

- а) для групових туристів;
- б) для індивідуальних туристів.

**6. Залежно від класу готелю:**

- а) люкс;
- б) перша категорія;
- в) друга категорія;
- г) третя категорія.

**7. Залежно від місткості готелю:**

- а) невеликі (малі);
- б) середні;
- в) великі.

**8. Залежно від режиму експлуатації:**

- а) цілорічні;
- б) двосезонні (які працюють влітку і взимку);
- в) односезонні (літні або зимові).

**9. Залежно від форми власності:**

- а) приватні;
- б) акціонерні товариства.

З розвитком туризму з'являються нові види готельних підприємств, а тому запропонована вищеназваними авторами класифікація готелів (**1984 р.**) потребує деяких змін і доповнень. Слід зазначити ще одну групу готелів, що містить широку типологію туристичних об'єктів розміщення - це так звані туристичні готелі. До них належать:

**1. Туристичний готель** - основне підприємство прийому і обслуговування туристів, які подорожують з пізнавальною метою.

**2. Мотель-кемпінг** для обслуговування автотуристів, зі змішаними принципами експлуатації, що містять елементи як мотельного, так і кемпінгового характеру, можуть бути як транзитними, так і діловими.

**3. Мінімотель** - для обслуговування автомототуристів, місткість **50-100** місць.

**4. Туристична база** - основне туристичне підприємство для пішохідних форм туризму і відпочинку (місткістю **250-100** місць).

**5. Туристичний пансіонат** - підприємство цілорічного функціонування для спортивно-оздоровчих форм туризму і відпочинку.

**6. Кемпінг** для обслуговування автотуристів, сезонної експлуатації.

**7. Туристичний притулок** - об'єкт для короткочасного перебування туристів на маршрутах.

**8.** Обладнана стоянка для ночівлі й відпочинку автотуристів.

**9.** Приміський туристично-оздоровчий комплекс у зоні великих міст.

**10.** Пункт обслуговування самодіяльних туристів у районах масових туристичних потоків.

**11.** Пункт стоянки туристичного потягу з повним упорядкуванням.

Відповідно до чинного законодавства України, слід розширити різновид готелів залежно від форм власності. До цієї групи слід додатково віднести підприємства державної форми власності (**загальнодержавні**), **спільні підприємства, колективні, сімейні, індивідуальні.**

**Гостинність, або сфера готельного й ресторанного бізнесу,** - це галузь, яку називають "куркою, що несе золоті

яйця". Пояснюється це тим, що сфера гостинності є провідним чинником і базою туризму.

Ринок готельних послуг, наданих на рівні західних стандартів, в Україні почав формуватися з **1993 р.** Своїх готельних ланцюгів в Україні до того часу не було.

Одним з найважливіших блоків у технології туристичної діяльності є засіб розміщення туристів. Засоби розміщення туристів за міжнародними рекомендаціями підрозділяються на чотири групи .

- ✓ готелі й аналогічні підприємства;
- ✓ комерційні і соціальні підприємства розміщення;
- ✓ спеціалізовані засоби розміщення;
- ✓ приватні туристичні засоби розміщення.

**Готель у широкому розумінні** - це будинок з мебльованими кімнатами для короткочасного проживання.

**Туристичний готель** - це особливий тип готелю, призначений для надання туристам комплексу послуг, пов'язаних з подорожжю.

Природно, що турист може скористатися й звичайним (комунальним) готелем, однак у ньому не передбачений ряд спеціалізованих послуг, що є в туристичному готелі.

Як правило, засоби розміщення типу "**готель**" мають максимальну кількість послуг.

**В усіх туристичних готелях передбачені чотири основні групи послуг:**

- ✓ розміщення;
- ✓ харчування;
- ✓ дозвілля;
- ✓ побутове обслуговування.

Середнє завантаження (коефіцієнт завантаження-відношення кількості зайнятих до загальної кількості місць) у готелях світу за даними **ВТО складає 65-70%**

Зазвичай в готелях вищих категорій до **60-65%** клієнтів складають ділові люди (бізнес-туризм, конгрес-туризм).

У готелях більш низьких категорій і позакатегорійних звичайно розміщуються туристи з пізнавальною метою.

За статистикою **ВТО** майже половина готельного фонду у світі (**49%**) розміщена в Європі. Готельний фонд в Україні складає **1378 готелей - 0,85%** від європейського.

Більшість високорозрядних готелів об'єдналися у готельні ланцюги. У Західній Європі функціонують більше **30** готельних ланцюгів: Аккор (Франція), Групо Сіль (Іспанія), Форте (Великобританія), Скандик Хоутелз (Швеція), Джоллі (Італія) й ін.

Крім того, в Європі функціонують висококомфортабельні готелі американських, японських, австрійських та інших компаній (**Холідей, Шератон, Хілтон тощо**).

Засобами розміщення туристів є будь-які об'єкти, що надають туристам епізодично або регулярно місце для ночівлі (звичайно в приміщенні). Як додаткові умови приймаються:

а) загальна кількість місць ночівлі перевищує деякий мінімум;

б) об'єкт розміщення має керівництво;

в) керування об'єктом будується на комерційній основі.

Відповідно до рекомендацій **ВТО** всі засоби розміщення можна представити двома категоріями - колективними й індивідуальними .

З основних ознак готелів слід зазначити насамперед наявність номерів. Залежно від особливостей керування готелі можуть бути відокремленими підприємствами або утворювати готельні ланцюги. Прикладами розвинутих готельних ланцюгів є готелі **Аккор (Франція), Холідей Інн (США), Форте (Великобританія), Шератон (США)**. Готелю надають перелік обов'язкових послуг: прибирання номера, щоденне заправлення постелі й прибирання санітарного вузла, а також велику номенклатуру додаткових послуг.

Сьогодні світова мережа готелів може задовольнити будь-який смак.

### **Стандартна класифікація засобів розміщення туристів.**

**Таблиця 1.4**

<b>Категорії</b>	<b>Розряди</b>	<b>Групи</b>
1. Колективні засоби розміщення туристів	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення туристів	1.1.1. Готелі 1.1.2. Аналогічні заклади

	<p>1 2. Спеціалізовані заклади</p>	<p>1.2.1. Оздоровчі заклади 1.2.2. Табори праці та відпочинку 1.2.3. Суспільні засоби транспорту 1.2.4. Конгрес-центри</p>
	<p>1.3. Інші колективні заклади</p>	<p>1.3.1. Помешкання, що призначені для відпочинку 1.3.2. Майданчики для кемпінгу 1.3.3. Інші колективні заклади</p>
<p>2.Індивідуальні засоби розміщення туристів</p>	<p>2.1.Індивідуальні засоби розміщення</p>	<p>2.1.1.Власні помешкання 2.1.2.Кімнати у сімейних будинках, що орендуються 2.1.3. Помешкання, що орендуються у приватних осіб або агентств 2.1.4. Розміщення, що надається безкоштовно родичам або знайомим 2.1.5. Інші розміщення на індивідуальній основі</p>

**Тема 5: «Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства».**

**План лекції:**

- 1.Приміщення готельного господарства, з урахування типу готелю.
- 2.Групи приміщень підприємств готельного господарства.

3. Технологічні процеси при обслуговуванні функціонально – організаційних приміщень підприємств готельного господарства.

4. Схема організації приміщень готельного господарства.

5. Вимоги до нежитлових приміщень.

6. Вимоги до житлових приміщень.

7. Просторові параметри при проектуванні.

Підприємства готельного господарства є складним комплексним об'єктом, до складу якого входять структурні підрозділи різного функціонального призначення для здійснення таких основних функцій, як:

1) прийом;

2) розміщення та обслуговування;

3) організації харчування;

4) організація та надання додаткових послуг споживачам різного спрямування.

Функціональна організація, склад і кількість приміщень будь- якого підприємства готельного господарства залежить від його типу, категорії і місткості номерного фонду.

Для підвищення ефективності функціонування приміщень готельного господарства в процесі проектування або їх об'єднують у групи за функціональними ознаками з метою організації між ними чітких технологічних взаємозв'язків, які відповідають санітарно-гігієнічним і протипожежним вимогам, сприяють комфортності розміщення споживачів і культури.

Важливою умовою для функціональної організації приміщень підприємств готельного господарства є те, що споживачі готельних не повинні спостерігати за роботою служб, які не пов'язані безпосередньо з їхнім обслуговуванням.

Залежно від складності технологічних процесів обслуговування, здійснюються на підприємстві готельного господарства, існують портові схеми функціональної організації приміщень залежно від складності та типу.

Всі приміщення (будівлі) підприємств готельного господарства розділяють на основні та допоміжні. До основних будівель населення житлові корпуси, заклади ресторанного господарства, спортивні комплекси, до допоміжних - котельні, пральні, складські приміщення тощо.

**За функціональним призначенням на підприємствах готельного господарства виділяють приміщення:**

- житлової групи;
- адміністративної групи;
- вестибюльної групи;
- закладу ресторанного господарства;
- господарського та складського призначення;
- культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування тощо.

В Розробка функціональних схем зв'язків приміщень на підприємствах готельного господарства допомагає раціоналізувати технологічні зв'язки та матеріальні потоки. Розрізняють потоки внутрішні приміщеннями та групами приміщень), вхідні (із зовнішнього середовища в готельне підприємство), вихідні (з підприємства в зовнішнє середовище).

Як було зазначено вище, склад приміщень залежить від типу та рівня категорії підприємства готельного господарства, що пов'язано з необхідністю створення належного рівня комфорту споживачів готельних послуг і поліпшення умов праці обслуговуючого персоналу.

### **Житлова група.**

#### **Приміщення житлової групи:**

- ✓ номери всіх типів і категорій;
- ✓ коридори, холи, вітальні;
- ✓ приміщення для обслуговуючого персоналу, приміщення побутового обслуговування на поверсі.

#### **Адміністративна група приміщення адміністративної групи:**

- ✓ приміщення керівників;
- ✓ відділ кадрів; бухгалтерія;
- ✓ каса, планово-економічний відділ;
- ✓ приміщення інженерно-технічного персоналу.

### **Вестибюльна група.**

#### **Приміщення вестибюльної групи:**

- ✓ вестибюль;
- ✓ приміщення для оформлення і розміщення споживачів готельних послуг;

- ✓ приміщення для збереження і транспортування багажу;
- ✓ гардероб;
- ✓ комплексні кімнати;
- ✓ відділення зв'язку;
- ✓ транспортне агентство;
- ✓ торгіві тощо.

## **Заклади ресторанного господарства.**

### **Приміщення закладів ресторанного господарства:**

- ✓ загальні та зали;
- ✓ буфети;
- ✓ бари;
- ✓ виробничі цехи;
- ✓ складські приміщення;
- ✓ демонстративно-побутові та ін.

### **Приміщення господарського та складського призначення.**

#### **Приміщення, що призначені для обслуговування споживачів готельних послуг:**

- ✓ перукарні;
- ✓ пральні;
- ✓ медичний пункт;
- ✓ складські приміщення тощо.

#### **Приміщення культурно-масового призначення:**

- ✓ Універсальні зали для проведення різноманітних заходів;
- ✓ конференц-зали;
- ✓ танцювальні та диско-клуби;
- ✓ бібліотеки, більярдні;
- ✓ казино та ін.

#### **Приміщення спортивно-рекреаційного призначення:**

- ✓ Плавальний басейн;
- ✓ сауна, спортивний зал;
- ✓ масажний кабінет;
- ✓ комплекс та ін.

Функціональна організація приміщень готельного господарства залежить від специфіки технологічних процесів обслуговування готельних послуг і функціонального призначення підприємниці. Специфічні вимоги висуваються до обладнання номера для вістей з дітьми та тих, хто подорожує з сім'єю, туристів з домашніми тваринами та ін.

Підприємства готельного господарства, що призначені для споживачів готельних послуг, які перебувають з діловою метою, повинні мати приміщення для проведення нарад, виставок, конференцій тощо. Житлова група приміщень здебільшого представлена одномісними номерами, в яких передбачено робочу зону.

На підприємствах готельного господарства курортного призначення необхідно передбачити приміщення для профілактичного лікування, культурно-масового призначення і відпочинку. Номерний фонд складається з двомісних номерів із лоджіями для сну та відпочинку на повітрі та зони відпочинку в номері.

У складі готельних підприємств транзитного призначення передбачають приміщення для технічного обслуговування автомобілів, а також криті стоянки для автомобілів. До житлової групи належать двомісні номери з можливим збільшенням кількості спальних місць.

Підприємства готельного господарства для сімейного відпочинку мають приміщення культурно-масового призначення і відпочинку для дітей і батьків, для обслуговування потреб дітей, а також приміщення та споруди спортивно-оздоровчого призначення. номери здебільшого тримісні з кухнею-нішею або міні-кухнею (для приготування і підігрівання їжі), зонами для сну та відпочинку, лоджіями або балконами.

Туристично-екскурсійні підприємства готельного господарства - оснащені приміщеннями для відпочинку та туристичного обслуговування. Номерний фонд здебільшого забезпечено двомісними номерами з можливим збільшенням кількості додаткових спальних місць у кімнатах, зонами відпочинку.

Туристично-спортивні готельні підприємства передбачають додаткові приміщення, зокрема культурно-масового, спортивно-оздоровчого та туристично-спортивного призначення. Номерний фонд складається з двомісних номерів із можливістю трансформації додаткових спальних місць у два яруси та виділення зон для відпочинку як у номері, так і на лоджіях або балконах.

Функціональною зоною підприємства готельного господарства є також територія, визначена технічним паспортом плану-схеми земельної ділянки. Вона забезпечує ізоляцію споживачів готельних послуг і персоналу підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища (шум, загазованість, бруд). З цієї точки зору важливим є розташування підприємства готельного господарства поблизу транспорт-узлів із відповідним рекламним оформленням. Біля будівлі проектувати місця для відпочинку гостей, паркування і стоянки засобів. Перспективним є використання підземного приміщення підприємства готельного господарства .

### **Темаб: «Організація приміщень житлової групи. Класифікація готельних номерів».**

#### **План лекції:**

- 1.Класифікація приміщень, що входить до житлової групи.
- 2.Основні елементи наповнення номера готелю.
- 3.Характеристика типів номерів:
  - 1.1 Характеристика одномісних номерів ;
  - 1.2 Характеристика дво місних номерів;
  - 1.3 Характеристика сімейних номерів;
  - 1.4 Характеристика номерів типу Люкс;
  - 1.5 Характеристика апартаментів.
  - 1.6 Характеристика номера-студію;
  - 1.7 Характеристика суміжних номерів.
- 4.Вимоги до організації номерного фонду.

**До складу житлової частини підприємства готельного господарства входять:** номери, коридори, вітальні, холи перед сходами та приміщення для персоналу, приміщення для надання додаткових послуг на поверсі.

**Призначення житлової зони** - забезпечення умов для перебування споживача готельних послуг: надання ліжко-місця, обслуговування номера, чищення і прасування одягу, прийом білизни для, виконання послуг і доручень, надання можливості харчування, транспортування багажу в номер тощо.

Житловий поверх багатопверхового готелю може мати один коридорів. Розподіл площі житлової частини між номерами з приміщеннями відрізняється на підприємствах готельного

господарства. Так, на номерний фонд припадає **50-70%**, на коридори до **25%** площі житлової частини.

У закордонних готельних підприємствах місткістю до **25-35** номера площа зони відпочинку передбачається не менше **16 м<sup>2</sup>**. У великих підприємствах на кожного додаткового проживаючого регламентовано **5 м<sup>2</sup>** зони відпочинку (у вітальні, барі).

Житлові приміщення мають бути функціонально відокремлені. Переміщення споживачів готельних послуг, які не мешкають на поверсі, не допускається.

Група житлових приміщень розташовується одна над одною «багатоповерхових будівлях або в окремо збудованих корпусах, невеликих котеджах (будинках) на два-три або декілька номерів.

**Основу приміщень житлової групи становлять номери.**

**Номер** - окреме приміщення, яке складається з однієї або декількох кімнат з меблями, оснащене обладнанням та інвентарем, необхідним для розміщення та тимчасового проживання споживача готельних послуг засобі розміщення.

Готельний номер забезпечений головним чином усім необхідним для комфортного проживання. В ньому передбачено місце для сну та відпочинку, праці, прийому гостей. Номер, як правило, складається з житлової кімнати (або кімнат), передпокою, санітарного вузла. Житлова площа займає близько **70%** загальної площі однокімнатного номера, передпокій - **12-15%**, санітарний вузол - **13-22%**. Мінімальна площа номера повинна бути не меншою **9 м<sup>2</sup>**.

Сучасні стандарти деяких закордонних країн вимагають дотримання мінімальної площі в одномісному номері не менше **14 м<sup>2</sup>**, у двомісному - не менше **18 м<sup>2</sup>**. Наприклад, у Німеччині відповідно до норм передбачена площа комфортного однокімнатного номера на одного проживаючого від **16 до 18 м<sup>2</sup>**, а на двох проживаючих - від **20 до 22 м<sup>2</sup>**.

**Номери мають відповідати таким основним вимогам:**

- денне природне освітлення і загальне штучне освітлення у вечірні години;
- природна та штучна вентиляція;
- температура повітря у приміщеннях номера - в межах від **18 до 22° С** і вологість - **65-70%**.

**Залежно від рівня комфортності номери поділяють на категорії.**

**Категорія номера** - це одиниця класифікації номерів у засобах розміщення за рівнем комфорту.

**Категорії номерів.**

**Президентський апартамент** - номер «квартирного» типу, що складається: з **5** і більше житлових кімнат (спальня, додаткова спальня, вітальня, кабінет, приміщення для проведення нарад), міні-кухні з їдальнею, одного повного санвузла та одного або більше гостьових санвузлів; розрахований на проживання **1-2** осіб .

розрахований на проживання **1-2** осіб. У номерах категорії «Напівлюкс» («Студіо») та «Стандарт» складовими повного санвузла є: умивальник, ванна/душ, унітаз.

**Стандарт** - номер, що складається з однієї житлової кімнати та повного санвузла; розрахований на проживання **1-2** осіб.

**Номер категорії «стандарт» «Економ» і «Економ першої категорії»** складовими неповного санвузла є: умивальник та унітаз.

**Економ другої категорії** - номер, що складається з однієї житлової кімнати з умивальником; розрахований на проживання трьох і більше осіб.

**Економ третьої категорії** - номер, що складається з однієї житлової кімнати без санітарно-гігієнічних зручностей (санвузол - у коридорі); розрахований на проживання трьох і більше осіб.

**Суміжні номери (комплекс)** - два і більше номерів, які сполучені між собою суміжними дверима, можуть мати спільний передпокій, спільний або самостійні санвузли.

Для оцінки відповідності номерів категоріям розроблена методика, що ґрунтується на балових оцінках відповідності номерів. За результатами балової оцінки складають протоколи, в яких зазначають сумарну кількість балів і здійснюють остаточну оцінку відповідності визначеним вимогам.

### **Критерії балової оцінки номерів.**

**Таблиця 1.5**

№	Критерії	Кількість балів
2.5	Наявність ручки на ванні або на стіні, у ванній кімнаті для страхування від падіння	2
2.6	Наявність у ванні спеціального покриття, що	2

	захищає від падіння	
2.7	Наявність махрового халата	1
2.8	Наявність покриття стін у ванній кімнаті кахельною плиткою:	
	до стелі	3
	не менше ніж на 1/3 від стелі	1
2.9	Стан кахельного покриття:	
	відмінний	3
	гарний	2
	задовільний	1
2.10	Наявність біде	2
2.11	Наявність фена	1
2.12	Наявність косметичного дзеркала	2
2.13	Наявність у ванній кімнаті відвідної слухавки телефонного апарату, шнура чи кнопки виклику персоналу	2
2.14	Наявність туалетного столу	2
2.15	Наявність дзеркальної стінки	2
2.16	Висота стелі більше 3 м	2
2.17	Послуги міні-бару	2
2.18	«Рум-сервіс»	2
2.19	У виняткових випадках за наявності в інтер'єрі номера коштовних художніх творів, предметів антикваріату, а також меблів з коштовних порід дерева бали можуть додаватися	4

**За місткістю номери підприємств готельного господарства поділяють на:**

- **одномісний номер:** призначений для розміщення однієї особи, оснащений одним односпальним ліжком;
- **двомісний номер:** призначений для розміщення двох осіб, оснащений одним двоспальним або двома односпальними ліжками, що прилягають або стоять окремо одне до одного;
- **багатомісний номер:** призначений для розміщення трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками відповідно до кількості проживаючих;

- **сімейний номер:** призначений для трьох і більше осіб - членів однієї сім'ї, в якому забезпечується окреме розміщення двох дорослих.

Порядок розміщення меблів для всіх номерів залежить від розмірів і конфігурації номера, його житлової площі, розміщення віконних і дверних отворів. Найбільш складним для розміщення меблів вважається однокімнатний номер, оскільки потребує сумісництва зон для сну, роботи, відпочинку і збереження речей.

Залежно від форми житлової кімнати розміщують меблі різними способами: однобічне розміщення - в житловій кімнаті у формі подовженого прямокутника або з частковим винесенням меблів на торець, дво або трибічне для приміщень квадратної форми. Розміщуючи меблі, слід враховувати норми розривів і проходів між ними: мінімальний прохід для однієї людини - **60 см**, для двох - **110 см**, мінімальна відстань від стіни до пристінних меблів - **5 см**, максимальна - **55 см**.

**Основними завданнями щодо організації номерного фонду повинні бути такі:**

- ✓ забезпечення можливості максимальної завантаженості підприємства готельного господарства в сезонний період;
- ✓ забезпечення відповідності житлового фонду вимогам європейського рівня;
- ✓ перспективне поліпшення комфортних умов перебування споживачів готельних послуг завдяки трансформації номерів без реконструкції житлового фонду готелю.

У країнах Європи розроблені підходи до визначення типу номера залежно від виду з вікна, комфортності, площі та проектного рішення номера.

Типи номерів залежно від виду з вікна номера наведені в таблиці залежно від рівня комфортності, яка є результатом архітектурного планування.

City view	- з видом на місто
Pool view	- з видом на басейн
Garden view	- з видом на сад
Ocean view	- з видом на океан
Land view	- з видом на ландшафт
Lagoon room	- з видом на лагуну
Dune view	- з видом на дюни, піски

Mountain view	- з видом на гори
Park view	- з видом на парк
SV, Sea view, beach room	- з видом на море
SSV, Side Sea view	- з видом на море
Inside view	- з видом на внутрішню частину будівлі

STD	стандартна кімната
Superior	кімната більша за площею, ніж стандартна
Corner room	кутова кімната
Family room	кімната сімейного типу, більша за стандартну
Studio	студія, однокімнатний номер більший, ніж стандартний, з вбудованою кухнею
Executive	номер підвищеної комфортності, що складається з двох і більше кімнат: спальні (кількох спалень) і холу великих розмірів, більших, ніж у номері типу Suite
Junior suite	номер більший за площею ніж стандартний та підвищеної комфортності
Suite	кімната більша за площею, ніж стандартна
Deluxe	фактично має характеристики номера категорії «suite», але оснащений ексклюзивними елементами інтер'єру

### **Холи та їх характеристика.**

**На підприємствах готельного господарства холи на поверхах призначені для:** відпочинку, збору прибулих туристів, мешканців готельного підприємства та інших відвідувачів. Вони є також місцем для службово-ділових зустрічей. Холи розміщують поблизу центральної частини будівлі, що дозволяє скоротити відстань до номерів.

Обладнання холу на поверсі залежить від його функціонального призначення, конфігурації приміщення, взаємного розміщення ліфтів, сходів і коридорів.

Для облаштування використовують м'які дивани та крісла, журнальні столики, а також, залежно від типу та категорії підприємства - телевізори, радіоапаратуру, музичні інструменти

тощо. Особливу увагу приділяють інтер'єрним рішенням з точки зору зручності та дизайну.

Як правило, у холі великих готельних підприємств розміщують робоче місце чергової на поверсі, яке обладнано письмовим столом і стільцями, тумбами для засобів телефонного зв'язку.

Залежно від функціонального призначення і рівня завантаження для засобів розміщення рекомендується декілька варіантів організації холів: поверхові холи для відпочинку, об'єднані з ліфтовими холами; поверхові холи-вітальні, ізольовані від ліфтових холів.

**Вітальні** - приміщення, як правило, відокремлені від коридору декоративною перегородкою або глухою стіною і повністю звільнені від людського потоку. Основним призначенням такого приміщення є призначення для відпочинку мешканців готелю поза номером: проведення Білових зустрічей; пасивний відпочинок. У вітальнях також подають аперитив під час ділових зустрічей.

Розміщують вітальні на кожному поверсі з розрахунку одне приміщення площею **30м<sup>2</sup>** на **50 місць** у номерах. Вітальні можуть сполучатися з поверховими холами.

Якщо вітальні розміщують у групі приміщень культурно-масового призначення, то вони, як правило, є багатофункціональними, такі вітальні мають досить велику площу та різні зони відпочинку на **3-4** або **5-6** мешканців. Їх часто розміщують у зимовому саду готелю, площа приміщень - **100 м<sup>2</sup>** і більше, що дозволяє створити зони спеціального призначення.

**Вітальні**, в яких передбачено перегляд телевізійних передач, мають бути віддаленими від номерів і звукоізольованими. Облаштовують вітальні сучасними комплектами меблів, призначених для організації різних видів відпочинку.

Створення інтер'єрів багатофункціональних приміщень, які мають великі площі, досягається не лише розміщенням меблів, але й засобами об'ємно-просторового рішення приміщення, наприклад:

- ✓ облаштування перепаду на рівні підлоги для розмежування функціональних зон (місце для відпочинку вирішується завдяки заглибленій зоні з великою кількістю крісел і м'яких диванів);
- ✓ виділення окремих приміщень з меншою висотою із загального простору для створення затишку;

- ✓ створення напіввідкритих малих приміщень типу алькова.

Таке рішення характерне для віталень на підприємствах готельного господарства, які функціонують цілорічно.

Приміщення побутового призначення на поверсі відокремлені від інших приміщень.

**Обслуговування споживачів готельних послуг безпосередньо на поверхах включає надання таких побутових послуг, як:**

- ✓ ремонт і прасування одягу;
- ✓ чищення взуття;
- ✓ термінове прання і хімчистка одягу;
- ✓ надання послуг харчування у номер тощо

Відповідно до складу приміщень побутового призначення входить блок приміщень, в яких надають побутові послуги.

До блоку приміщень побутового призначення належать санвузол сміттєпровід. Усі ці приміщення можуть бути ізольованими або в єдиному блоці. Як правило, окремо від усіх інших знаходиться приміщення обслуговуючого персоналу, яке зазвичай розміщують неподалік від холу, інші - єдиним блоком поруч із вантажо-пасажирським ліфтом.

У готелях категорії **5 \*, 4 \*, 3 \*** у комплексі обслуговувань приміщень передбачається сервізна з вантажним ліфтом, яку використовують для забезпечення якісного надання ресторанних послуг у номерах.

Приміщення для обслуговуючого персоналу обладнують стільцями, диваном, вбудованою або окремою шафою, телефоном, системою зв'язку з номерами і службами. У разі, якщо воно сполучається з приміщеннями білизни, додатково розміщують стелажі для білизни не менше ніж **5 м<sup>2</sup>** на **30** номерів. Приміщення для чистої білизни може бути оснащено підйомником або розміщуватись поруч із пасажирським ліфтом, кабіна якого відчиняється в приміщенні для обслуговування на поверсі.

Приміщення для брудної білизни передбачається площиною до обладнане стелажми та білизно-проводом з приймальними для спускання брудної білизни. До приміщення для ремонту одягу існує вільний доступ. Воно обладнане столами, для прасування, раковиною для миття рук, стійкою для віщування одягу.

## **Тема7: «Організація нежитлових приміщень готельного господарства».**

### **План лекції:**

1. Основні види нежитлових приміщень.
2. Характеристика блоку адміністративних приміщень.
3. Характеристика приміщень вестибюльної групи.
4. Характеристика приміщень побутового обслуговування.
5. Характеристика приміщень культурно-масового обслуговування.
6. Характеристика приміщень спортивно-рекреаційного обслуговування.
7. Характеристика приміщень для проведення засідань та зборів (конференц-зали).

**До приміщень житлової групи належать:** номери всіх типів і категорій, коридори, холи, вітальні, приміщення побутового обслуговування на поверсі. Блок приміщень житлової групи є основним у готелях будь-яких типів. На ці приміщення припадає **54-70 %**, на коридори - від **13 до 22 %** площі житлової частини будівлі готельного господарства. У багатьох закордонних готелях ємністю до **25** чоловік площа зони відпочинку передбачається не менше **16,7** кв. м зони відпочинку (у гостинній, барі, спальні). Номер для гостя має багатофункціональне призначення. Він забезпечує ночівлю, є місцем відпочинку, споживання їжі, особистої гігієни, роботи, спілкування. У номері зберігаються особисті речі гостя. У ньому є передпокій, шафа для одягу, санвузол. Номери класифікують за числом місць, числом кімнат, площею меблювання. У світовій практиці найбільш поширеними є однокімнатні одно або двомісні номери. В окремих готелях частка однокімнатних номерів на одного гостя досягає **60- 100 %** номерного фонду.

Простір кімнати (чи кімнат) номеру поділяється на функціональні зони. До **70 %** загальної площі однокімнатного номера на одну особу може відноситися до житлової зони, до **14%** - до передньої, **20%** - до санітарного вузла. Житлова площа при цьому може складати від **7 до 14 м<sup>2</sup>**. Сучасні стандарти деяких країн вимагають дотримання мінімальної площі в одномісному номері не менше **14 м<sup>2</sup>**, у двомісному - не менше **16 м<sup>2</sup>**, площа комфортного однокімнатного номера на одну особу від **16 до 18 м<sup>2</sup>**, а на двох - від **20 до 21 м<sup>2</sup>**.

Структура номерного фонду повинна відповідати потребам гостя і потребує певного коригування (за порами року тощо). У деяких готелях передбачаються оперативні зміни складу номерного фонду за рахунок з'єднання (роз'єднання) номерів із використанням дверей або рухомих перегородок. Практикується встановлення додаткового місця для сну і використання площі інших приміщень. Апартаменти складають не більше **10%** від усього числа номерів. Вони доволі різноманітні за кількістю та призначенням кімнат, санітарними вузлами, коридором, площею. Аналізуючи проектування і будівництво підприємств готельного господарства, житлову частину проектують із прямокутною, компактною, ускладненою формою плану тощо. Найбільш поширеною є прямокутна та ускладнена форма плану. На вибір форми плану впливають містобудівні особливості ділянки, її розмір і форма, санітарно-гігієнічні і протипожежні вимоги, техніко-економічні міркування та творчий задум архітектора. Прямокутна форма плану застосовується в будівлях підприємства готельного господарства різної поверховості і довжини. На основі прямокутних планів створюють лаконічні об'єми будинків у формі паралелепіпеда.

Компактна форма плану (близька до кола, еліпса, квадрата, трикутника) більше властива багатопверховим підприємствам готельного господарства баштового типу. Вузол вертикальних комунікацій при такому плануванні часто розташовується у центральній частині будівлі. Загальні поверхові коридори не розтягнуті; відстані від вертикальних комунікацій до входів усіх номерів відносно невеликі. Підприємства готельного господарства з компактною формою плану доцільно розміщувати на невеликих ділянках, що звільняються при реконструкції міст, у районах, які багаті на зелені насадження, при максимальному збереженні цих насаджень; у складних ґрунтових умовах (на гірських схилах, скельних ґрунтах тощо).

Ускладнена форма плану житлової частини підприємства готельного господарства має багато варіантів: **"трилисника"**, **"хрестовини"**; різні криволінійні форми. Зміна напряму загальних горизонтальних комунікацій дозволяє усунути враження монотонності коридору, що виникає в протяжних будівлях із прямокутною формою плану. При складних формах плану, що згинаються, не всі номери знаходяться в однакових умовах. Наприклад, у номерах, розташованих у внутрішніх кутах будівлі, погіршуються умови освітлення та інсоляції, у ряді випадків не виключене "поглядання" номера з вікон інших приміщень.

Атриумна форма плану (із внутрішнім подвір'ям, забудованим по периметру) підприємства готельного господарства дозволяє розташувати на поверсі велику кількість номерів. Найчастіше у внутрішнє замкнуте подвір'я повертають загальні галереї або обслуговуючі приміщення. Інколи до внутрішнього двору повернені номери, які позбавлені видових якостей, погіршується ізоляція номерів від вікон, розташованих навпроти приміщень.

**В усіх планувальних вирішеннях основним структурним елементом житлового поверху є номери таких типів:**

- однокімнатні номери на **1 осіб**;
- однокімнатні номери на **2 осіб**;
- однокімнатні номери на **3-4 осіб**;
- номери з підвищеним комфортом з **2-х кімнат** і більше (люкси й апартаменти).

Найбільше поширеними у світовій практиці є однокімнатні номери на одну і двох осіб. Відповідно до міжнародних стандартів у підприємствах готельного господарства категорії "**1 \***" таких номерів має бути **60%**, "**2 \***" - **80%**, "**3\*** і більше зірок" - **100%**. Номери "люкс" і апартаменти мають складати **5-8%** номерів.

### **Організація нежитлових груп приміщень.**

**До приміщень адміністративної групи належать:** приміщення дирекції, відділ кадрів, бухгалтерія, каса, планово-економічний відділ і приміщення інженерно-технічного персоналу, архіву тощо.

**Всі адміністративні приміщення за функціональними ознаками поєднуються в групи:**

- приміщення дирекції (кабінети директора, заступника директора, приймальня);
- приміщення інженерно-технічного персоналу (кабінет головного інженера і конторських приміщень інженерно - технічного персоналу);
- приміщення планово-економічного відділу (кабінет головного економіста і конторських приміщень);
- приміщення бухгалтерії і каси (кабінет головного бухгалтера, конторські приміщення бухгалтерії, приміщення каси, прийомне приміщення перед касою);
- приміщення відділу кадрів (кімнати начальника відділу та інспекторів).

У підприємствах готельного господарства на **50-400** чоловік площа адміністративного блоку обчислюється з розрахунку **0,12-0,18 м<sup>2</sup>** на одне ліжко-місце.

### **Блок приміщення харчування та його характеристика.**

**Приміщення для харчування гостей** - це цілий комплекс приміщень: торговельні приміщення, виробничі цехи, складські приміщення, адміністративно-побутові тощо. Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується з урахуванням категорії підприємства готельного господарства. В готелях одна зірка харчування гостей не передбачається. У **2-3-ох** зіркових готелях повинні бути ресторани або кафе. У **4-5-ох** зіркових - ресторани, бенкетні зали, бари, а в **5-ти** зіркових і нічні клуби.

Нічні клуби розраховані на показ видовищних програм і будуються за типом вар'єте з можливістю розташування посадкових місць у вигляді амфітеатру, з танцювальним майданчиком, гримерними, приміщеннями реквізиту, світлотехніки тощо.

Ресторанна група приміщень у курортних і туристичних готелях, як одне ціле можливого проведення дозвілля, обумовила появу в складі цієї групи нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, концептуальні ресторани, грилі-ресторани, вар'єте, винні і пивні бари, танцювальні бари, бари-дискотеки тощо.

### **Блок підсобних і господарських приміщень та їх характеристика.**

Блок підсобних і господарських приміщень існує в готелях будь-якого типу. Це приміщення обслуговуючого персоналу, різні побутові майстерні, склади брудної і чистої білизни тощо. У невеликих готелях визначені нормативні площі **0,33-0,39 м<sup>2</sup>** на одне ліжко-місце. Установлена також норма на шафи у господарських кімнатах невеликих підприємств готельного господарства: **0,06-0,04 м<sup>2</sup>** на одне ліжко-місце; на гардеробні шафи персоналу: **0,07-0,05 м<sup>2</sup>** на одну людину.

Одним з важливих складових господарських приміщень готелю є центральні білизняні чистої і брудної білизни. Вони повинні бути самостійними, ізольованими одне від одного приміщеннями. Центральна білизняна чистої білизни пов'язується вантажним ліфтом з поверховими білизняними. При ній передбачається місце для лагодження і прасування

білизни. Центральна білизняна для брудної білизни пов'язується з поверховим білизно проводом. Іноді приміщення для зберігання використаної білизни влаштовують у підвалах. Розміри білизняних кімнат визначаються будівельними нормами.

## **Тема 8: «Архітектура на інтер'єр підприємств готельного господарства».**

### **План лекції:**

- 1. Архітектурні рішення підприємств готельного бізнесу.*
- 2. Інтер'єр підприємств готельного господарства.*
- 3. Вплив природно - кліматичних умов до інтер'єру готелю.*
- 4. Маркетингові та рекламні рішення при проектуванні споруд готелів.*
- 5. Основні принципи організації внутрішнього простору підприємств готельного господарства.*

Будівля готелю займає особливе місце серед споруд найрізноманітнішого функціонального призначення, необхідних суспільству в сучасному житті. Вона віддзеркалює, як правило, соціально-економічні умови розвитку суспільства, характер взаємин у ньому, рівень культури й побуту. Форма самої будівлі протягом століть піддавалася постійній зміні, однак характер і вид обслуговування визначили основи й специфіку, які відрізняють її від інших будівель загальної міської забудови. Архітектура це мистецтво будівництва, пам'ятки якого належать до різних епох і відрізняються один від одного зовнішнім виглядом, будівельними матеріалами, технікою виконання, що визначились рівнем розвитку того чи іншого суспільства.

**Розвиток форми будівлі готелю - заїжджого двору** - протягом всієї історії показує, як тісно цей вид архітектури пов'язаний з розвитком громадського життя. У періоди її розквіту створюються будівлі зі складною й багатого формою, у періоди застою - майже єдиною формою є примітивне покриття. Крім того, не всі наявні відомості про стан готельної справи в різні епохи можуть бути доповнені планами й малюнками будівель заїжджих дворів того періоду. Про рівень розвитку готельної справи в **Халдеї** (близько 2000 років тому) свідчать руїни заїжджого двору в містечку (сучасна територія **Ірану**). Це був

комплекс скромних приміщень, імовірно, одноповерхових, призначених під кухні, спальні, численні стайні, що розміщалися навколо внутрішнього двору, до якого вели три входи, зроблені в стіні з боку вулиці. Будівля караван-сараю при царському палаці в Кнососі зі складним плануванням відображала високий рівень цивілізації Мікенського періоду (**1400 рік до н.е.**).

**Караван - сарай** розташовувався на схилі, при дорозі, що веде до палацу. Перший поверх, призначений для приміщень обслуговування, мав вхідний хол з гарними фресками на стінах. Поруч із холлом був вхід для мандрівників, що прибували пішки, зі спеціальним басейном для миття ніг. На першому поверсі розміщалися також невеликі ванни (забезпечені водою), склади тощо. Другий поверх був призначений під номери. В одному із приміщень підвальної частини будівлі були казани для підігріву води. Збереглися жолоби, по яких підігріта вода подавалася в басейни.

**У Стародавній Греції були широко поширені два типи будівель, призначених для ночівлі:**

- каталоги (приватні заїжджі двори);
- пандокеї (державні заїжджі двори) були доступні всім.
- 

Характерний приклад - каталогів, що входять у загальний ансамбль споруджень святилища Асклепія в Епідаврї (архітектор Феодот) був побудований в **380-330 рр.** до н. е. Руїни будівлі збереглися до наших днів і дозволяють робити висновки про його функціональне призначення.

Прекрасну організацію державних заїжджих дворів на дорогах у перській державі описує Геродот (**V ст. до н. е.**). Вони належали шахів і були призначені для чиновників, що роз'їжджали у службових справах.

У період Римської імперії мережа прекрасних доріг загальною довжиною близько **85 тис. км** сприяла розвитку туризму. Виникли численні заїжджі двори, державні й приватні. Держава будувала уздовж основних доріг заїжджі двори для чиновників. Вони називалися мансіонес і забезпечували нічліг й їжу винятково державним службовцям.

Крім них було багато приватних заїжджих дворів, які були доступні всім мандрівникам. Скромні сільські заїжджі двори називалися кумпонами, а багатші, зі стайнями - стамбулами.

Однак у міру розвитку господарських відносин, зростали вимоги подорожуючих, і виникало багато упоряджених і багатих заїжджих дворів. Як повідомляє Цицерон (**106-43 рр. до н.е.**), у

заїжджих дворах були лазні, масажні, пральні, чищення взуття; у них подавалися свіжі овочі. Вони перебували під постійним спостереженням і контролем у ділів - державних чиновників.

У перші століття нашої ери з'являються розкішні заїжджі двори - готелі в таких курортних місцевостях, як **Стабія біля Риму або Канобус біля Олександрії**.

У руїнах **Помпеї** також знайдено археологами кілька заїжджих дворів різного характеру. Один з них являв собою одноповерховий будинок, що нагадував звичайний жилий будинок; у ньому розміщувалися кухня, дві або три кімнати для гостей, а у дворі - колодязь і вбиральня. Були там і більші двори, у яких була їдальня, багато спалень, дві вбиральні й дві водянні поїлки.

В **II-III ст. н. е.** все більшу роль у римському суспільстві починають відігравати християни. Як духовні особи вони не могли зупинятися в приватних заїжджих дворах через їхню погану репутацію. У зв'язку з цим, за рішенням собору у Ніцеї в **325 році й у Картало в 398 році** було побудовано в кожному місті для служителів культу й прочан заїжджі двори, які називалися ксендохіями. У результаті цього при єпархіальних церквах і місцях особливого поклоніння в **IV-V ст. н.е.** створюються заїжджі двори. Одночасно починають розвиватися торговельні відносини. Усе більше з'являється людей, що роз'їжджають по приватних справах, і у зв'язку із цим виникають приватні заїжджі двори, так звані остерії. Про один з перших таких дворів згадується в письмових джерелах від **881 р. Граубюндене (Швейцарія)**.

Великого поширення одержали так звані будинки монастирів (що приймали мандрівників) та їх наступники - дорожні готелі й **"інни" в Англії**.

Ці готелі мали типове планування: на першому поверсі розміщувалася таверна, стайні, різні службові й господарські приміщення. Верхні поверхи (другий, третій, мансардний) відводились під спальні, що виходили в прямокутний внутрішній двір та були з'єднані криною галереєю. Простір внутрішніх дворів служив для постановки спектаклів за п'єсами Шекспіра, Марлоу й інших. Спектаклі показували спеціально запрошені трупи бродячих акторів, а галереї використовували як яруси для глядачів - приїжджих.

**Виходячи з описів археологів найперших об'єктів розміщення заїжджих дворів, караван - сараїв, будинків що приймали мандрівників, дорожніх інготелів можна зробити висновки:**

- ✓ Внутрішні приміщення за їх функціональним призначенням ділилися на житлові (кімнати для сну), суспільні (холи, вестибюлі, коридори), підсобні (склади для зберігання товарів, стайні), технічні (приміщення для підігріву води в басейнах, у яких мандруючі мили ноги, купалися).
- ✓ Послуги об'єктів розміщення не обмежувалися вищезгаданим. Були також крамниці, у яких можна було придбати товари першої необхідності; кухні, у яких готувалася їжа для заїжджих; майстерні з ремонту одягу й взуття. Тобто основна послуга (надання ночівлі) доповнювалася певним переліком ряду інших послуг.
- ✓ Міцні стіни й обмежена кількість входів дозволяли при необхідності витримати облогу, захиститися від грабіжників і розбійників, про що достеменно відомо з різних письмових джерел. Ці ж письмові джерела повідомляють про нормативні акти, прийняті правителями держав, що покладали відповідальність за безпечне перебування подорожуючих на об'єктах розміщення на їхніх власників.
- ✓ Фрески, різні предмети декоративного оздоблення свідчать про залучення до оформлення інтер'єрів художників, садівників декорації.
- ✓ Розташування об'єктів розміщення при дорозі, у населеному пункті, у місцях масового скупчення людей говорить про цілеспрямовану орієнтацію на обслуговування широкого контингенту клієнтів.

### ***Тема9: «Організація інтер'єру у підприємствах готельного господарства».***

#### ***План лекції:***

- 1.Інтер'єр, стиль та дизайн підприємств готельного бізнесу.*
- 2. Роль меблів у житлових і громадських приміщеннях готельного господарства.*
- 3. Якість та вимоги до меблів для оснащення підприємств готельного господарства.*
- 4.Проектування схем розміщення меблів в підприємствах готельного господарства.*
- 5. Текстильні матеріали у інтер'єрі готелів.*
- 6.Озеленення , як особливий вид декоративного мистецтва.*

7. Основні принципи створення композицій із зелених рослин.

8. Декоративне оформлення приміщень у готелях.

**Інтер`єр** - це організація внутрішнього простору будівлі, яке представляє собою створене середовище, яке забезпечує умови життєдіяльності людини; складне, багатопланове явище, яке здатне справляти величезний естетичний та психофізіологічний вплив на людину.

Сприятливі умови життєдіяльності людини в готелях забезпечуються завдяки створенню комфорту як у самому готелі, так і на території, що прилягає до нього. Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегральним поняттям. Воно включає екологічний, функціональний і естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю.

Сучасний готель покликаний створити комфортабельні умови для проживання гостя і надати йому ряд додаткових послуг.

**Основні принципи, що беруться до уваги при спорудженні будівель готелів, наступні:**

- ✓ Будівля (або комплекс будівель) повинні органічно вписуватися до навколишнього середовища, не порушуючи особливості міського або сільського ландшафту.
- ✓ Необхідно враховувати природно-кліматичні фактори, температуру та вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрямок вітру тощо.
- ✓ Архітектурне, конструктивне і планувальне вирішення будівлі не повинні бути надмірно дорогими. Планування будівлі повинне забезпечувати економічність її експлуатації.
- ✓ При проектуванні готелю певну роль грають рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готелю; встановлення рекордів певного напрямку (будівництво найвищої будівлі, найбільш екзотичної будівлі тощо); розташування вітрин готельних торгових центрів і т. ін.
- ✓ Планування будівлі повинне забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт проживаючим, відповідати функціональним вимогам.
- ✓ Будівля повинна відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам і рекомендаціям. Варто передбачати можливість її реконструкції.

7. Необхідно дотримуватися умови економічності процесу будівництва будинку.

Будівлі готелів призначені для короточасного проживання людей з метою здійснення різних видів діяльності. Це можуть бути ділові контакти під час відряджень, участь у роботі нарад, конференцій, симпозіумів і ін., туристичні поїздки з метою ознайомлення з природними визначними пам'ятками, історичними та архітектурними пам'ятниками (міста, регіону, країни); поїздки з метою відпочинку, курортного лікування, оздоровлення, а також для здійснення спортивних змагань та ін.

Кращі сучасні готелі являють собою багатофункціональний комплекс, до якого включаються і власне готельний фонд, і зали (виставочні, банкетні, конференц-зали тощо), і численні харчові блоки. У силу цього, з огляду на зростаюче громадське значення готелів, останнім часом розвивається тенденція будувати нові готелі як композиційні центри житлових районів і мікрорайонів. Як приклад можна привести нові готелі в **США, Німеччині, Італії, Скандинавії, Росії, Україні та ін.**

**Озеленення в інтер'єрі готелів та готельних комплексів.**

**Озеленення в інтер'єрі готельних комплексів** – це особливий вид мистецтва, що виконує як естетичні, так і утилітарні функції. Озеленення активно впливає на характер формування інтер'єру і є таким же рівноцінним компонентом оформлення середовища, як оздоблення стін, меблювання тощо. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, удосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає у створенні певного мікроклімату в приміщеннях.

Розрізняють активну і нейтральну системи озеленення. Так, в робочій зоні роботи створюють нейтральну систему озеленення, а в зоні відпочинку – активну. **За допомогою озеленення виконують і розділення простору на зони.**

Найширше в приміщеннях готельних комплексів використовують озеленення у вестибюлях, холах, коридорах, ресторанах, кафе і в номерах.

**У готельних комплексах з високим рівнем комфорту у вестибюлях створюють зимові сади. Для озеленення інтер'єрів застосовують, як правило, наступні види рослин:**

- декоративно-листяні;

- декоративно-квіткові;
- в'юнкі та ампельні;
- сукуленти.

Включення озеленення в інтер'єр здійснюється як створенням природних (живих, засушених) композицій, так і штучних.

Найширше використовуються декоративно-квіткові рослини, ампельні, а також застосовуються епіфітні рослини (засохлі дерева), які використовуються для кріплення інших рослин, особливо ампельних.

Для озеленення слід також віднести живі квіти, що стоять у вазах. Вони завжди прикрашають інтер'єр, вносять затишок, створюють приємну атмосферу і підвищують художню якість декоративного оформлення. Квіти рекомендується ставити у вітальнях багатокімнатних номерів-люкс і в загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кафе і ресторану. Скрізь доречно і святково виглядатимуть навіть найскромніші букети або гілочки рослин.

### **Основна характеристика інтер'єру готельних комплексів.**

Специфіка готельних комплексів полягає в різноманітті функцій цих об'єктів. Це одночасно і житлові, і громадські споруди, що зумовлює особливості формування інтер'єрів.

**Інтер'єр готельних комплексів** – це організація внутрішнього простору споруди, що є зорво обмеженим, штучно створеним середовищем, яке забезпечує нормальні умови проживання.

Загальний комфорт внутрішнього простору готельного комплексу є інтегральним поняттям. Воно включає екологічний, функціональний і естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готельного комплексу.

**Інтер'єр** - складова частина архітектури. Під інтер'єром розуміється оформлення внутрішніх приміщень в будові, квартирі.

**Мистецтво інтер'єру** - це способи створення виразного внутрішнього середовища будови. Організація простору будови залежить від їх призначення (житлові, суспільні, виробничі, навчальні та ін.) і підкоряються загальним вимогам, закономірностям (психофізіологічним, соціальним, будівельним).

**Проектування інтер'єру здійснюється за допомогою архітектурних і будівельних креслень, найважливіші з яких наступні:**

- план - горизонтальний розріз будови з показом стін і перегородок;
- обладнання і меблі, плафон - проекція стін із світильниками;
- розгортки - фасад кожної стіни, перспектива - умовне зображення загального виду інтер'єру.

Рішення інтер'єру включає в себе функціональні і естетичні завдання. При цьому велику роль відіграє художньо-декоративне мистецтво, яке повинно гармонійно синтезувати масштабність, пропорції, ритм, фактуру, рельєф, колір і світло для створення найбільш естетичного сприймання архітектурно-художньої композиції, задуманої архітектором і художником.

**Художньо-декоративне мистецтво** - це не прикрашування, а розумне використання художніх засобів.

**Меблі в оформленні інтер'єру готелю та готельного комплексу.**

Специфіка функціонування готельного комплексу і контингент його клієнтури в основному зумовлюють архітектурно-художню композицію його інтер'єру, які вирішуються ще в процесі проектування і будівництва. Навіть побудовані за одними та тими ж проектами не повинні бути схожими. У кожному готельному комплексі має існувати дещо відмінне від іншого, своєрідне, таке, що запам'ятовується, цікаве для відвідувача і несподіване. Досягається ця мета оригінальним рішенням художньої композиції, ефектом штучного освітлення, особливостями інженерного оснащення, несподіваними колірними поєднаннями, декоративними прийомами оздоблення. Широко використовують у декоративному оздобленні інтер'єру національну своєрідність і багатство місцевих художніх традицій.

Побудову композиції починають схемою інтер'єру всієї споруди з виділенням основних великих груп приміщень – громадських і житлових. Значущість і розвиток тієї або іншої групи повинні визначити прийоми колірних рішень і характер оздоблення. Продумується вибір основних декоративних прийомів і засобів, розподіл декоративно-художніх елементів, система освітлення і особливості оздоблення крупних або багатофункціональних приміщень. Перше враження на

клієнтуру готельного комплексу справляє вестибюль. Саме тому його оздоблення і устаткування меблями та інвентарем є вирішальним чинником у художній якості всього інтер'єру.

У багатоповерховій споруді готельного комплексу питання побудови схеми світлової і колірної композиції інтер'єру розв'язуються особливим чином. У першу чергу визначаються основні вузлові елементи по поверхах і по вертикалі. Це стосується, як правило, поверхових холів, вестибюлів, віталень, які своїм оздобленням, кольором і устаткуванням визначають композицію поверху по горизонталі. Оскільки номери в готельних комплексах – приміщення ізольовані, їх фарбування може бути різним.

В умовах простих площинних з'єднань сучасних архітектурних конструкцій, коли відсутні пластичні форми декору, меблі є основою, яка вносить у композицію простору світлотінь, об'єм і масу. Правильний розподіл предметів меблів забезпечує рівновагу композиції, її статичність і цілісність.

**Головна мета оформлення інтер'єру** – забезпечити функціональність меблювання, безпосередньо пов'язаного із зручністю і художньою якістю інтер'єру, комфортабельністю приміщень. Функціональні вимоги визначаються призначенням приміщень і тими процесами, які в них відбуваються. Залежно від цього підбирають тип меблів і прийоми їх розміщення.

Розміри та габарити людського тіла в різних положеннях у спокійному стані та в русі – є основою для встановлення нормативів меблів та їх розміщення. Нормами регламентуються також площа приміщень і розстановка меблів. Вони є підставою для проектування і облаштування коридорів, сходів, вбиралень тощо.

**Продумана і зручна розстановка устаткування, меблів, інвентарю** – це перш за все скорочення відстаней для проходу від одного предмета до іншого і раціональна послідовність розташування предметів.

У вестибюлях, бюро обслуговування та інших приміщеннях великих готельних комплексів, що виконують не одну, а декілька функцій, меблювання відповідно включає предмети різного призначення, що відповідають по зонах. Така розстановка створює ілюзію розкритого простору і застосовується для всіх приміщень цього типу. Групи меблів можуть бути поставлені біля стін або по центру залів симетрично або довільно, але завжди повинні відповідати певному ритму і рівновазі. Рівновага може бути підтримана кольором, зіставленням вертикальних і горизонтальних об'ємів або

зіставленням одного великого об'єму та декількох маленьких, або іншими прийомами, але її треба неодмінно домогтися, інакше композиція сприйматиметься незавершеною і неспокійною. У будь-якому випадку важливо знайти типи меблів, найбільш відповідних конкретному приміщенню.

У громадських приміщеннях готельних комплексів меблі розставляють відповідно до їх призначення по-різному. У залах з великим скупченням людей в умовах тривалого їх перебування без руху основні предмети устаткування – меблі для сидіння і столики – розставляють рівномірно за всією площею, організовуючи лише невеликі проходи між місцями або рядами. Тут встановлюють тільки низькі меблі, які, всією масою заповнюючи підлогу, сприяють створенню статичності та врівноваженості композиції.

Завдяки рівномірному розподілу невисоких і невеликих (по відношенню до розмірів площ і висот) предметів – крісел і банкеток для сидіння, столиків із стільцями тощо – вони зорovo сприймаються такими, що збільшують площу і підсилюють враження значущості інтер'єру. Цьому повинна сприяти та художня виразність решти елементів – спокійний ритм дрібних однорідних об'ємів, малюнок і силует предметів, їх матеріал і колір, гармонійно вирішений у поєднанні із забарвленням архітектурних поверхонь, кольором стін, підлоги та різних архітектурно-будівельних елементів.

У невеликих концертних, музичних і танцювальних залах ресторанів, що функціонують при готельних комплексах, прийоми розташування меблів інші. У музичному залі виділяються дві асиметрично розташовані групи – інструмент із стільцем і меблі для слухачів. У танцювальному залі меблі для сидіння встановлюють уздовж стін так, що велика частина площі залишається вільною.

Зональність меблювання обумовлена прагненням максимально розкрити простір приміщення. При вільному розміщенні груп меблів на великій площі приймалень, бюро обслуговування та інших аналогічних приміщень для отримання більшої просторовості інтер'єру самі групи меблів (декоративних предметів: ваз, кашпо і т.п.) рекомендується встановлювати компактно.

Принцип меблювання невеликих приміщень полягає у тому, що всі предмети, виключаючи меблі для сидіння, розташовують біля стін. При цьому бажано розставити меблі так, щоб проти високих предметів залишити вільне місце або легкий низький предмет і не ставити однакові за формою і масою

предмети симетрично, один проти одного, оскільки це зорово звужить простір і викличе відчуття тісноти. Прийоми розташування меблів у невеликих приміщеннях можна виразити так: нічого не ставити посередині кімнати; композицію вирішувати асиметрично; високі предмети по можливості блокувати один з одним; меблі ставити тісними групами одного призначення; рівновагу будувати на зіставленні мас, а не форм.

Меблювання готельних комплексів за типом і видами меблів можна проводити як набором окремих предметів для номера, холу, вітальні тощо, так і поєднанням стаціонарних і звичайних меблів. При цьому застосовуються найрізноманітніші види та типи меблів.

### ***Тема10: «Кольори та освітлення в інтер'єрі підприємств готельногосподарства».***

#### ***План лекції:***

- 1. Колір та його спектральні особливості.*
- 2. Основні способи створення кольорової гамми.*
- 3. Кольорові рішення в інтер'єрі.*
- 4. Види, оздоблюючих матеріалів, та їх фактурні характеристики, що впливають на візуальне сприйняття коліру.*
- 5. Світові тенденції та особливості моди в готельному господарстві.*

Колір являється найважливішим фактором формування і сприймання інтер'єру, фізіологічно, психологічно і естетично впливає на людину відповідно з функціональним призначенням інтер'єру. Колір може створюватись штучно: фарбуванням поверхонь і окремих деталей або засобом обробки матеріалів.

В останньому випадку великий вплив на сприймання кольорових площин вказує фактура і характер матеріалів. Дзеркальна або глазурна фактура при падаючому на них світлі відбивають його паралельним пучком світла і дають світлі бліки. Від матових площин дещо шершавих, світло розсіюється в різних напрямках.

Світ, який оточує людину, надзвичайно кольоровий. Колір може сприйматися легким або важким, теплим або холодним, колір може викликати переживання, збудження або стрес,

створити гармонію, він може створювати чудеса, але здатний призвести до катастрофи.

Встановлено, що деякі кольори сонячного спектра, так звані теплі тони - червоні, оранжеві, жовті - діють на людину збуджуючи, розширюють зіниці, прискорюють пульс, викликаючи загальну втому. Другі, так звані холодні тони - сині, голубі, зелені - заспокоюють, зменшують втому очей.

Під час підбору наближених кольорових плям необхідно врахувати їх взаємодію один на одного. Так жовтий колір на синьому фоні здається жовтішим, ніж на червоному. Колір фону також впливає на зорове сприймання предметів - на світлому фоні предмет сприймається темнішим, а на темному - світлішим.

В приміщенні можна створити враження простору, використавши світлі холодні тони. Теплими - червоними, коричневими тонами - можна, навпаки, створити враження звуження простору.

Приміщення, пофарбовані в голубі, сині, зелені кольори, здаються більш прохолодними, ніж вони насправді, а пофарбовані в оранжеві, жовті, - більш теплими.

Сучасне кольоробачення потребує цілеспрямованого кольорового оформлення інтер'єрів любого призначення. Принципи кольоробачення повинні лежати в основі роботи архітектора і художника по інтер'єру, бо кольорове рішення інтер'єрів надає значну психологічну дію на людину. Наприклад, в заводських приміщеннях колір повинен поліпшувати продуктивність праці, в лікувальних закладах надавати заспокійливий вплив. В громадських закладах кольорову палітру можна вирішувати як з допомогою контрастних співвідношень, так і нюансних зближень кольорів. При співвідношенні декількох кольорів в інтер'єрі повинен переважати який-небудь один колір. На вибір кольору впливає також об'єм приміщень - у великих приміщеннях кольори можуть бути більш насиченими. Домінуючий колір в обробці приміщень звичайно сприймається малонасиченим, а кольори окремих деталей повинні бути йому контрастні. Одноколірність у рішенні інтер'єрів призводить до монотонності, а безпорядкове використання великої кількості кольорів створює враження переживання.

Але оскільки **"інтер'єр"** це невід'ємна частка архітектури, то роль кольору тут не обмежується створенням комфортних умов, а й багаточисельністю певних факторів. **Зокрема це:**

- ✓ структура, форма і величина приміщення;
- ✓ ступінь освітленості природнім світлом;
- ✓ характер джерела штучного освітлення;

- ✓ кольорове оточення;
- ✓ відстань до стіни де є присутні елементи оформлення (в даному випадку інформаційні стенди);
- ✓ загальна композиційна ідея;
- ✓ мікроклімат приміщень;
- ✓ розмір і матеріал огорожуючих поверхонь;
- ✓ сторона світу з якого знаходиться приміщення.

Із множини засобів необхідно вміти вибрати більш ефективні для конкретного інтер'єру, бо кожна ідея вимагає власних засобів вираження. Але вибір не можливий без знань закономірностей, які керують цими засобами:

1. Відношення.
2. Пропорції.
3. Ритм.
4. Контраст.
5. Нюанс.
6. Масштабність.
7. Співрозмірність.
8. Співпідлеглість.

**і головними принципами:**

- художній образ;
- тектоніка,;
- гармонія.

При використанні принципу нюансності твір майже не виділяється на фоні, а, значить, не несе в собі сильного емоційного впливу. Така трактовка буває викликана призначенням приміщення. Часто необхідний ефект отримують за рахунок фактур, однаково замальованих.

Світловий контраст вносить в нюансне вирішення деяку декоративність і ілюзорність. Він часто досягається за рахунок бокового освітлення, що дає тіні, контрастуючи з світлою частиною декору, і підкреслюють рельєф його поверхні. При збереженні загального принципу нюансності вдалим буває введення незначного контрасту.

При складанні кольору необхідно врахувати відбиваючу властивість кольору. В залежності від призначення приміщення, його кубатуру, кількість проникаючого денного світла, характеру вечірнього освітлення, визначається ступінь насиченості того чи іншого кольору. Щоб завчасно розрахувати насиченість і відтінок фарбування по цих ознаках, слід керуватися коефіцієнтами відбивання світла поверхнями пофарбованими у різні кольори.

При зображенні на стендах малюнків і при виконанні самих стендів слід враховувати дані коефіцієнти, щоб приміщення - в

даному випадку клас - здавався світлішим чи темнішим, коли це потрібно, в залежності від того, яке ми ставимо перед собою завдання.

Крім наведених основних особливостей кольору в інтер'єрі хотілось би зазначити і його психологічний вплив на людей.

Відомо, що різні кольори і їх співвідношення призводить на людей різні враження, по-різному діє на її свідомість, кожен колір має в собі певний психологічний зміст, вносить певний ідейно-естетичний підтекст у суть зображуваного.

Використовуючи дані таблиці кольорової символіки, можна створити певний настрій, що потрібен для даного інтер'єру.

Встановлено, що деякі кольори сонячного спектру, так звані теплі тони - червоні, оранжеві, жовті - діють на людину збуджуючи, розширюють зіниці і навіть прискорюють пульс, викликають загальну втому.

Інші, так звані холодні тони - сині, голубі, зелені - заспокоюють, зменшують втому очей. Враховуючи цю обставину, що людське око краще сприймає цю гаму, то можна з впевненістю сказати, що стіни учбових закладів краще зафарбовувати (оформлювати) в цій гамі. Загальна кольорова гама в світлих тонах сприяє збільшенню освітлення. Взаємопоєднані холодні і теплі кольори у приміщенні створюють робочий настрій.

Як правило, кількість кольорів робочого місця повинно обмежуватись трьома-чотирма, бо велика кількість кольорів може призвести до розсіяння уваги. Із всіх кольорів один повинен бути головним і визначати основний колорит.

## ***Тема 11: «Організація прибиральних робіт на прилеглий території підприємства готельного господарства».***

### ***План лекції:***

- 1. Технології прибиральних робіт навколишньої території в розрізі пори року.*
- 2. Об'єкти територій готельного підприємства, що підлягають прибиранню.*
- 3. Види машин та механізми для прибирання території в літній та зимовий період.*
- 4. Заходи, що знижують засмічення твердого покриття території готельного господарства.*
- 5. Механізми оцінки якості прибирання території.*

6. Види прибиральних робіт в зимовий період.
7. Види прибиральних робіт в літній період.
8. Види основних прибиральних робіт весною.
9. Прибиральні роботи на тротуарах.
10. Види робіт щодо утеплення коренів багаторічних насаджень.

Для здійснення контролю Санітарно-екологічного стану навколишньої території за конкретним підприємством готельного господарства закріплюється певна площа.

**На території підприємства готельного господарства можуть знаходитись:**

- ✓ озеленені площі у вигляді паркових зон;
- ✓ водоймища, річки; мінеральні джерела;
- ✓ тротуари, автошляхи, автостоянки;
- ✓ розважальні майданчики;
- інше.

Санітарно-екологічний стан прилеглої території контролюють Державні санітарні й екологічні служби. Відповідно до вимог цих служб підприємства готельного господарства щоденно здійснюють прибирання навколишньої території. Залежно від пори року, погодних умов, особливостей догляду за об'єктами, що розташовані на закріпленій території, виконуються відповідні прибиральні роботи.

Основні прибиральні роботи на території підприємства готельного господарства організовують і проводять впродовж часу, коли немає людського потоку, або він не дуже інтенсивний. В організації прибиральних робіт на прилеглих територіях існують певні особливості залежно від пори року.

### **Основні прибиральні роботи в зимовий період.**

Щоденно прибирають бруд, сніг з доріжок, бордюрів, тротуарів і під'їзних автошляхів. Садівники прочищають доріжки у парках. У цей період необхідно періодично перевіряти стан багатолітніх, насаджень.

Прибирання снігу підприємство готельного господарства здійснює самостійно або за допомогою комунальних служб.

Взимку особливу увагу приділяють тротуарам, доріжкам, відкритим переходам. Щоб запобігти нещасним випадкам, забезпечити безпеку життя споживачам готельних послуг,

доріжки та тротуари посипають спеціальними засобами (пісок, соль), що зменшують слизкість.

Для здійснення прибиральних робіт використовують спеціальні механізми, машини та інвентар.

На підприємствах готельного господарства категорії 4 \*та 5\* доріжки та частину тротуару, які ведуть до центрального входу підприємства, оснащують системою поверхневого підігріву, що забезпечує зручність і належний естетичний вигляд.

### **Основні прибиральні роботи навесні.**

Навесні прибирають сміття, що залишилось після остаточного танення снігу, проводять дрібний ремонт шляхів, тротуарів і доріжок. Особливої уваги потребують каналізаційні колодязі та місця з талою водою під час розтавання снігу.

У цей період необхідно приділяти належну увагу підготовленню земельних ділянок для висаджування квітів та однорічних рослинами. У березні садівники розчищають кущі та дерева, надають їм потрібну форму. Проводять роботи щодо захисту стовбурів дерев від шкідників; їх вибілюють спеціальним вапняним розчином. На площадках засіяних травою, збирають пожовтілі, сухі рослини, скопують землю та засівають. У квітні на клумбах висаджують весняні квіти й однолітні рослини.

На території підприємства готельного господарства доцільно здійснювати ремонтні та поновлювальні роботи на облаштованих дитячих та спортивних майданчиках, у парках і скверах відпочинку, на пляжах тощо. Зібране сміття та сухі рослини не спалюють, а вивозять у спеціально визначене місце.

### **Основні прибиральні роботи в літній період**

На початку літа клумби очищають від відцвілих рослин та прикрашають літніми сортами. Декоративні кущі періодично розчищають, підтримуючи задану форму. Крім поточних прибиральних робіт, таких як щоденне прибирання сміття на закріпленій за готельним підприємством території та вивезення його до визначених місць, проводять вологе прибирання території перед фасадом будівлі. Щоденно поливають клумби та багатолітні рослини.

Для підтримки росту трав'яних рослин виставляють спеціальні поливальні пристрої, які орошають територію.

У цей період року особливу увагу приділяють санітарно-гігієнічному стану території підприємства готельного господарства, особливо місцям, де можуть розмножуватись

шкідливі та небезпечні комахи. Під посиленням контролем повинні знаходитися території господарського призначення.

Якщо на території підприємства організована відкрита автостоянка, заасфальтовану її частину обробляють спеціальними мийними засобами, що розчиняють бензин та мастила, та промивають потужним струменем води.

### **Основні прибиральні роботи в осінній період**

Восени, крім щоденних прибиральних робіт, проводять підготовку до зимового періоду, прибирають осіннє листя, перекопують клумби, вдобрюють ґрунт. Осіннє листя заборонено палити на території населеного пункту, тому підприємства вивозять його до спеціально визначених місць. В основному цю роботу виконують комунальні служби відповідно до укладеного з підприємством договору.

У **вересні-жовтні** садівники викопують та пересаджують багатолітні рослини, що не пристосовані до холоду, в спеціальні ємності та заносять до приміщень, готують до зими теплолюбні рослини та стовбури дерев.

Наприкінці вересня проводяться роботи з висаджування нових рослин.

В осінній період необхідно прочищати водоймища. Якщо на території підприємства готельного господарства організовано перебування споживачів готельних послуг у літніх будиночках або наметах, їх розбирають для складування у спеціальних приміщеннях.

### **Особливу увагу приділяють ремонту доріг.**

В усі пори року необхідно перевіряти місця можливого підйому вод і каналізаційні колодязі.

## **Тема12: «Організація прибиральних робіт у житлових групах приміщень підприємств готельного господарства».**

### **План лекції:**

1. Вимоги до персоналу, що здійснюють прибиральні роботи в підприємствах готельного господарства.
2. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду:
  - 2.1 Характеристика поточного щоденного прибирання;
  - 2.2 Характеристика проміжного прибирання;

- 2.3 *Характеристика прибирання номерів після виїзду гостей.*
- 2.4 *Характеристика генерального прибирання;*
- 2.5 *Характеристика робіт, щодо ведення білизняного господарства.*
- 2.6 *Засоби що використовуються для миття і чищення номерного фонду готелю.*

### **Організація прибиральних робіт.**

**Готель** – це підприємство, яке працює в неперервному режимі обслуговування, а отже, до нього ставляться високі санітарно-гігієнічні вимоги.

До якої б категорії не належав готель, він постійно має бути чистим, як і прилегла до нього територія. Це потребує величезної повсякденної праці персоналу готелів із прибирання території, двору, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо знати, як краще організувати і проводити роботи з упорядкування і прибирання, забезпечення чистоти в готельному господарстві.

**Для проведення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням всіх санітарно-епідеміологічних норм у готелі повинні бути:**

- *висококваліфікований професійно підготовлений персонал;*
- *повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;*
- *сучасні види прибиральних машин і механізмів.*

Важливим є правильний розподіл часу, витраченого на прибиральні роботи. Необхідно, щоб прибирання проводилося швидко і без зайвих витрат часу і зусиль із боку обслуговуючого персоналу.

При виконанні прибиральних робіт є декілька важливих **принципів**:

- *персонал на поверхах повинен „якомога менше попадатися на очі” гостеві;*
- *прибиральний інвентар і прибиральні інструменти не повинні залишатися в місцях загального користування;*
- *покоївки, прибиральниці не повинні відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.*

Дотримання цих принципів є критерієм рівня культури обслуговування в даному готелі.

Виділяють наступні **категорії прибиральних робіт**:

- *прибирання території, прилеглої до готелю;*
- *прибирання площі центрального входу і вестибулю і деяких приміщень вестибульної групи (гардероб);*

- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і підсобних приміщень;
- прибирання номерного фонду (житлових номерів + вузлів індивідуального користування).

Всі види прибиральних робіт здійснюються працівниками служби обслуговування номерного фонду. Заміна працівників різних категорій один одним може відбуватися тільки за розпорядженням керівництва при виробничій необхідності. Заступник директора служби обслуговування номерного фонду організовує роботу всього обслуговуючого персоналу готелю.

**Для виконання прибиральних робіт існують такі категорії персоналу:**

- покоївки, які прибирають житлові номери;
- прибиральники, зайняті на прибиранні коридорів, холів, сходів, вестибулів;
- прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.

Прибиральні роботи всіх готельних приміщень діляться **за видом і призначенням** на декілька груп:

- прибирання внутрішніх приміщень і місць загального користування;
- прибирання санвузлів загального користування;
- прибирання житлових номерів.

Для правильного забезпечення прибирання і максимальної чистоти приміщень, а також предметів устаткування, що знаходяться в них, при мінімальних витратах сил і часу необхідно дотримуватися певної послідовності в роботі. При виконанні прибиральних робіт рекомендується дотримуватися такого **принципу: «прибирання проводиться за годинниковою або проти годинникової стрілки для того, щоб жоден предмет обстановки не пропустити».**

**Тема 13: «Організація прибиральних робіт у приміщеннях загального користування підприємств готельного господарства».**

### **План лекції:**

1. Організація прибиральних робіт у коридорах, холах, вітальнях та службових приміщеннях.
2. Види контролю, що здійснюються за виконанням прибиральних робіт.

3. *Технологія підготовки технічних карток для здійснення прибирання у приміщеннях загального користування.*
4. *Вимоги до збереження та утримання прибирального інвентарю, механізмів та матеріалів.*

Особливістю приміщень загального користування є великий потік відвідувачів. Основне прибирання місць загального користування відбувається рано-вранці, пізно ввечері або вночі. Впродовж дня приміщення загального користування прибирають в міру забруднення.

**Обсяг прибиральних робіт приміщень загального користування містить:**

- миття підлоги мийними засобами;
- механізоване прибирання підлоги;
- натирання металевих деталей обладнання спеціальними засобами;
- миття дверей, підніжних щіток, решіток, підвіконня, дзеркал, скла;
- видалення сміття зі сміттєвих кошиків та урн;
- видалення сміття і миття попільничок;
- ~ видалення пилу й обробка столів і стійок.

**Прибирання приміщень загального користування здійснюється в такій послідовності:**

- провітрювання приміщень;
- видалення пилу з крісел, диванів, журнальних столиків, дзеркал тощо;
- видалення пилу за допомогою пилососа з паркетної підлоги та м'яких меблів;
- миття підлоги у вестибюлі в міру необхідності.

Не рідше **1** разу на **10** днів миють батареї, протирають естампи, літографії, картини, світильники на стелі та стінах.

Кожного місяця необхідно протирати поверхню стін, змінювати штори, протирати карнизи.

Санітарні вузли, що розташовані у вестибюльних приміщеннях, прибирають за визначеним графіком прибиральних робіт, який вивішується у приміщенні санвузла. Прибиральниця робить помітки про проведені санітарні роботи після кожного прибирання із зазначенням часу їх завершення. Поточне прибирання проводять щоденно з інтервалом **40 хв** у денний час і через кожні **1,5 год** - вночі.

**Під час прибиральних робіт прибиральниця повинна:**

- одягнути прогумований фартух і гумові рукавички.
- винести сміття з кошика та вимити цей кошик;
- помити стіни санітарного вузла спеціальним засобом;
- помити стіни чистою водою, протерти сухою ганчіркою.

**Прибирання дзеркального набору:**

- обережно до блиску протерти дзеркало спочатку вологою, а потім сухою ганчіркою;
- туалетну полицю вимити з обох боків і протерти;
- перевірити наявність туалетного набору.

**Прибирання умивальника:**

- ретельно помити з внутрішнього та зовнішнього боків;
- сполоснути гарячою водою;
- протерти мийним засобом;
- промити гарячою водою, прополоскати дезінфікуючими засобами;
- промити водою.

**Прибирання унітаза та пісуарів. Попередньо надівши гумові рукавички:**

- облити внутрішні стінки гарячою водою, протерти мийним засобом;
- сполоснути гарячою водою;
- протерти мийним засобом зовнішні стінки, промити гарячою водою;
- вимити дезінфікуючим розчином, у т.ч. кришку та ручки;
- протерти сухою ганчіркою всі поверхні;
- вимити водою із додаванням дезінфікуючого розчину стіни, гумовий килимок і підлогу.
- перевірити наявність туалетного паперу і паперових рушників, рідкого мила, у разі потреби поповнити їх.

Генеральне прибирання здійснюють через кожні **10** днів.

Прибирання інших приміщень проводиться в основному вранці, а підприємств ресторанного господарства - в дві зміни з **7:00 до 8.00** та перед закриттям. Генеральне прибирання у ресторані здійснюють раз на тиждень, у понеділок. Воно являє собою більш ретельне прибирання та ремонт елементів інтер'єру.

Покоївка повинна слідкувати за чистотою закріплених за нею приміщень, перевіряти їх стан через кожні **2-3** години, крім

того оперативно здійснювати у разі необхідності проміжне прибирання.

### **Прибиральні роботи у коридорах, холах, вітальнях:**

Покоївки стежать за тим, щоб удень на поверхах, у холах, вітальнях, коридорах, кімнатах відпочинку не накопичувалося сміття. Періодично протирають від пилу меблі, слідкують за чистотою перил і прибирають сміття.

Основне прибирання цих приміщень проводять за мінімальної присутності споживачів готельних послуг.

### **У процесі прибирання здійснюють такі роботи:**

- із меблів видаляють пил;
- чистять пилососом підлогу зі штучним килимовим покриттям, паркетну підлогу, м'які меблі;
- ганчіркою протирають плінтуси, підвіконня, горщики з квітами, радіатори;
- чистять килимові доріжки, у разі необхідності їх скачують в рулони і ставлять вертикально (складати доріжки не рекомендується);
- витрушують попіл з попільничок;
- у коридорах, поверхових холах обов'язково протирають номерні знаки на дверях кімнат;
- пляшки, банки, макулатуру, брудну постільну білизну розміщують у спеціально відведених на поверхах приміщеннях.

Пил зі стін на висоті до **4 м** видаляють пилососом, застосовуючи м'яку насадку з довгим ворсом. Забруднені поверхні миють мийними засобами.

Миття і протирання віконних рам, які відкриваються всередину приміщення, висотою до **3 м**, а також підвіконня - обов'язок покоївок.

### **Періодичність виконання прибиральних робіт у приміщеннях готельного підприємства.**

**Таблиця 1.6**

<b>Об'єкти роботи</b>	<b>Види прибиральних робіт</b>	<b>Періодичність виконання роботи</b>
1. Підлога	Видалення пилу пилососом або вологим віником зі всіх видів підлоги.  Вологе прибирання підлоги:	щодня  щодня  1 раз на тиждень

	покритої лінолеумом, реліном та полівініловою плиткою  дощатої, паркетної (покри- тої лаком)  миття всіх видів підлоги (крім паркетної)	
2. Килими, килиміві покриття і доріжки	видалення пилу пирососом	щодня
<b>Об'єкти роботи</b>	<b>Види прибиральних робіт</b>	<b>Періодичність виконання роботи</b>
3. Меблі й інвентар Поліровані поверхні:  вішалка для верхнього одягу та головних уборів  дзеркало настінне  карнизи для підвісу драпіровок	Сухе протирання  Сухе протирання  Сухе протирання	<b>1</b> раз на тиждень щодня  <b>6</b> разів на рік
крісло для відпочинку, ліжка дерев'яне на дерев'яному каркасі, сервант, підставка для взуття, столи жур- нальний, обідній, стіл письмовий робочий, тумба, підставка під телевізор, стіл, шафа платяна  <b>М'які меблі:</b>  стілець м'який і напівм'який, диван(диван- ліжка), крісло для відпочинку, банкетка, матрац з ліжка	Сухе протирання  Чищення за допомогою пирососа	<b>•А</b>  щодня  <b>1</b> раз на тиждень
4. М'який інвентар:  постільна білизна	Заміна  Заміна	через <b>6</b> днів через <b>3</b> дні <b>1</b> раз на тиждень

рушники перини, подушки шерстяні ковдри штори	Чищення за допомогою пылососа  Чищення або витрушування	<b>6</b> разів на рік
5. Електроустаткування, електропобутові прилади:  настільна лампа, бра  світильник до дзеркала над умивальником  " світильники на стелі  холодильник  ~ телевізор, ПЕОМ,  телефон	Сухе протирання Вологе протирання  Миття  Сухе протирання	через день через день  <b>1</b> раз на місяць  щодня

<b>Об'єкти роботи</b>	<b>Види прибиральних робіт</b>	<b>Періодичність виконання роботи</b>
6. Пофарбовані поверхні:		
- стеля		
- стіни	Прибирання пилу	<b>6</b> разів на рік
- двері	Вологе протирання	<b>6</b> разів на рік
- віконні блоки з підві	Миття	<b>1</b> раз на місяць
конням	Вологе протирання	<b>1</b> раз на тиждень
- вікна з віконними блоком		
рами та підвіконням	Миття	<b>2</b> рази на рік
- радіатори	Миття	<b>1</b> раз на тиждень

опалювання		
<b>7. Санітарний вузол:</b>		
- ванна (піддон для душі), умивальник, унітаз, біде	Миття	щоденно
- сушарка для рушників, поличка з дзеркалом	Вологе протирання	щоденно
- стіни кахельні	Вологе протирання	<b>1</b> раз на тиждень
- підлога	Миття	щоденно
- гумовий килимок	Миття	щоденно
<b>8. Малоцінний інвентар:</b>		
- графин для питної води з тацею	Миття	щоденно
- стакан для пиття, попільниця	Миття	щоденно
- відро з педаллю	Звільнення і миття	щоденно

**Тема 14: «Організація білизняного господарства у підприємствах готельного господарства».**

**План лекції:**

- 1.** Вимоги щодо періодичності заміни постільної білизни.
- 2.** Норми забезпечення готелю білизною і рушниками у світі.
- 3.** Типові норми заміни постільної білизни та рушників.
- 4.** Вимоги, щодо оснащення готелю білизною та постільними речами відповідно до ДСТУ 4269:2003.
- 5.** Облік і збереження постільної білизни.
- 6.** Вимоги до приміщень де зберігається чиста постільна білизна та рушники.
- 7.** Види дезінфекцій які проводять у приміщеннях де зберігається постільна білизна.
- 8.** Методи дезінфекцій:
  - 8.1** Характеристика механічного методу дезінфекції;
  - 8.2** Характеристика Хімічного методу дезінфекції;
  - 8.3** Характеристика фізичного методу дезінфекції.

Для дотримання вимог щодо своєчасної заміни білизни в номерному фонді підприємства готельного господарства можуть мати у своєму складі пральню, де здійснюється прання, дрібний ремонт і прасування білизни. У разі, якщо пральні немає, готельне підприємство користується послугами пральних підприємств і хімчистки.

Білизняне господарство номерного фонду функціонує в кожному підприємстві готельного господарства незалежно від категорії готелю, наявності спеціального персоналу, оснащеності приміщень устаткуванням та інвентарем для чистої та брудної білизни (білизнопровід і білизнопідйомник, вантажопажирські ліфти, візки для перевезення білизни).

На кожному поверсі підприємства готельного господарства організовують спеціальне приміщення для збереження чистої та збирання брудної білизни. Головне приміщення для чистої білизни сполучається вантажним ліфтом з поверховими білизняними кімнатами, в яких передбачається місце для лагодження й прасування білизни. Головне приміщення для брудної білизни сполучене з поверховим білизнопроводом. Іноді приміщення для зберігання використаної білизни облаштовують у підвалі.

На підприємствах готельного господарства (місткістю до **300** місць) визначений норматив **площі 0,33-0,39 м<sup>2</sup>** на одне ліжко-місце. Встановлена також норма на шафи (білизняні) у господарських кімнатах невеликих готельних підприємств: **0,06-0,04 м<sup>2</sup>** на одне місце; на гардеробні шафи для персоналу: **0,07-0,05 м<sup>2</sup>** на одну особу.

Приміщення для збору чистої білизни оснащують стелажми, столом для перевірки білизни на цілісність та оформлення супровідних документів.

Приміщення для брудної білизни оснащують контейнерами або візками для збирання та сортування білизни, столом для оформлення супровідних документів.

Після **11.00** покоївки відносять брудну білизну в спеціальне приміщення, де сортують за видом і призначенням і складають у мішки. На мішки прикріплюють супровідні документи та через білизнопровід відправляють до пральні.

Білизнопровід сконструйований таким чином, що мішки з брудною білизною потрапляють до приймальної у пральні. Якщо на підприємстві готельного господарства білизнопроводу немає, покоївка транспортує брудну білизну в контейнері або на візку в пральню, використовуючи службовий ліфт.

Доставку білизни до пральні здійснюють у визначений для кожного поверху час.

У пральні брудну білизну приймають за кількістю, станом забруднення і цілістю (розриви, пошкодження) та проводять додаткове сортування.

Щодня випрану та випрасувану білизну розкладають у чисті візки та із супровідними документами відправляють на поверхи. Випрану білизну доставляють за графіком.

Чисту білизну розміщують за найменуванням на стелажах у приміщеннях для чистої білизни. Це дає змогу вести облік білизни на поверсі.

Для ритмічної роботи покоївок, недопущення проблем щодо недостатності білизни проводиться її розрахунок відповідно до потреб номерів.

Визначення кількості білизни залежить від категорії готельного підприємства.

На підприємствах готельного господарства в різних країнах існують неоднакові підходи до розрахунку кількості необхідної білизни для одного місця.

В Україні кількість білизни визначається з урахуванням вимог ДСТУ **4269:2003** «Послуги туристичні. Класифікація готелів», де вказана періодичність заміни білизни в готелях різних категорій.

Для одно- двозіркових готелів у покоївки передбачено **6-8** комплектів, для три- чотиризіркових - не менше **7-12** комплектів білизни.

Комплектування білизни на одне місце здійснюють з розрахунку: два простирадла або одне простирadlo і підодіяльник; наволочка; один махровий рушник і один ляний.

У готелях вищих категорій комплект білизни додатково містить: малий махровий рушник; рушник для обличчя; рушник для ніг; серветки для ванни.

Списання білизни визначається мірою зносу, на який впливає якість самої білизни, частота прання, транспортування, умови зберігання.

## **Система та організація білизняного господарства готелю.**

Білизняне господарство є важливою і складною складовою сервісного обслуговування готелю. Білизна знаходиться на балансі готелю. Працівники, які працюють з білизною, є матеріально відповідальними особами. Постільна білизна і рушники належать до групи м'якого інвентарю. До персоналу, що

працює з постільною білизною в готелі, належать такі посадові особи: завідувачий білизняним складом; завідувачий білизняною; кастелянша, пралі; працівники прасувальних відділів; покоївки. Білизняне господарство готелю, як правило, зосереджується на складі чистої білизни. Білизняне господарство готелю включає в себе центральну білизняну для чистої білизни, центральну білизняну для брудної білизни (відсутній при наявності в готелі пральні), поверхові комори для брудної білизни і добового запасу чистої білизни, склади (для нового білизни). Кількість комплектів постільної білизни і рушників повинно забезпечувати наступну періодичність зміни білизни:

- ✓ Постільної білизни один раз на **3** дні;
- ✓ При заселенні іноземців - щодня;
- ✓ Зміна рушників - щодня.

Додаткові постільні приналежності (наматрацники, подушки, вовняні ковдри і т.д.) зберігаються у спеціальних шафах чергового персоналу. При прийомі та видачі чистої і брудної білизни одним і тим же працівником передбачається наявність двох халатів для роботи (при прийомі та сортування брудної білизни повинні використовуватися індивідуальні засоби захисту - косинка, халат, гумові рукавички).

При зберіганні білизни не повинно бути її пересортування, заміни (при псуванні або втраті гостем білизни він не мусить замінювати її власного, а зобов'язаний відшкодувати збиток грошовою сумою, визначеною прейскурантом цін) і білизни, не придатної до подальшого використання.

Ремонтними роботами білизни може займатися працівник білизняної -- кастелянша. Ведення білизняного господарства на поверсі визначається наявністю або відсутністю додаткової служби - пральні.

## ***Тема 15: «Організація роботи служб і підрозділів у готельному підприємстві».***

### ***План лекції:***

- 1. Організація роботи адміністративно-управлінської служби.*
- 2. Організація роботи рецепшин.*

3. *Вимоги до персоналу рецепшин.*
4. *Організація роботи відділу бронювання.*
5. *Вимоги до персоналу відділу бронювання.*
6. *Організація роботи відділу обслуговування номерного фонду , вимоги до персоналу.*
7. *Організація роботи персоналу , що забезпечує харчування у готелі.*
8. *Організація роботи служби що надає додаткові послуги.*
9. *Види додаткових послуг.*



Рис. 10.2. Технологічний цикл обслуговування гостей

Гостинність на підприємствах готельного господарства виявляється через певний комплекс послуг, що створюють позитивний імідж підприємства.

**До критеріїв цих послуг можна віднести:**

**1. Надійність послуги** - вона визначається тим, чи може підприємство надати обіцяні послуги в установлені терміни, певної кількості та належної якості.

**2. Відповідальність при наданні** - обумовлюється тим, чи працівники закладу дійсно прагнуть працювати старанно та забезпечувати належну якість послуг, виробляємих ними.

**3. Безпека** - даний критерій що стосується, по-перше, кваліфікації, професійності та компетентності персоналу, а, по-друге, його здатності вселяти впевненість клієнту, вчасно реагувати на різного роду наштатні ситуації.

**4. Взаєморозуміння зі споживачем** - визначається як персональна увага до кожного споживача окремо, зацікавленість та готовність допомогти при виникненні певної проблеми у гостя.

**5. Рівень прийняття** - містить в собі такі аспекти послуги, як засоби обслуговування, зовнішність персоналу, устаткування, що використовуються, тобто те, на що звертає увагу кожен гість під час спілкування з персоналом та проживання.

## Технологічний цикл одслуговування гостей.

Перший службовець, з яким гості стикаються в готелі - **це швейцар**. До його основних обов'язків відносимо: привітання гостей, що під'їжджають, відкривання дверці автомобіля, допомога з розміщенням багажу на візку, надання гостю повної інформації, яка його цікавить (щодо готелю, транспортних зв'язків, місць відпочинку). Швейцари є не у всіх готелях, тому що дана штатна одиниця не приносить доходу готелю та її дорого укомплектовувати. Тому лише найбільші готелі можуть дозволити собі мати службу швейцарів. Після того, як гість зайшов в готель, він підходить до реєстраційної стійки. Процес реєстрації може відрізнитися за часом та якістю в залежності від категорії готеля. Проте в основному цей процес всюди однаковий.

Виділяють два типи клієнтів, прибуваючих для реєстрації - ті, що заздалегідь забронювали місця в готелі, та ті, що не забронювали. Поселення в готель клієнтів по броні в автоматизованих готелях займає кілька хвилин, оскільки основні дані про клієнта уже відомі із заявки на бронювання, а від гостя потрібно лише підписати реєстраційну картку. При цьому процес реєстрації гостей без попереднього бронювання потрібно до **5 хв.** часу. У даному випадку адміністратор повинен обговорити з гостем такі питання, як тип та вартість номера, терміни розміщення, порядок оплати. До речі, процесу реєстрації може передувати попередня зустріч гостя на вокзалі, в аеропорту.

Після завершення реєстрації до гостя підходить **коридорний**, щоб провести його до номера та допомогти віднести багаж. Коридорний пояснює розташування відділів готелю та подробиці роботи, проводить заключну перевірку номера, роз'яснює, як користуватися певним обладнанням в номері при заселенні гостя. Всі згадувані вище служби відіграють ключову роль у створенні образу готелю. Ніякий інший персонал готелю не проводить таку кількість часу з гостем. Проявляючи у своїй роботі доброзичливість і гостинність, професійність і високу кваліфікацію, персонал успішно просуває ряд послуг готелю.

Найбільш функціонально значимим підрозділом серед інших служб готельного підприємства являється служба **покоївок**. Ця служба відповідає за прибирання номерів, холів, коридорів та внутрішніх приміщень, де здійснюється прийом і одслуговування клієнтів. Гість, який щойно зайшов у свій номер після стомлюючої дороги, повинен відразу ж відчувати турботу і

затишок. Часто бездоганна чистота номерів і готелю в цілому, а також охайність самого персоналу при виконанні прибиральних робіт є одним з головних критеріїв оцінки роботи персоналу. Персонал служби покоївок повинен вміти вміло розподіляти час так, щоб прибирання в основному проводилось за відсутності гостя. Культура обслуговування напряму залежить від того, чи буває гість свідком робочої обстановки на поверхах, чи часто помічає обслуговуючий персонал з прибиральним інвентарем.

Для створення максимального комфорту готелі також мають цілий ряд додаткових послуг, за якими можна судити про рівень якості обслуговування в даному готельному підприємстві.

Додаткові послуги можна розділити на безоплатні та платні. До безоплатних відносимо: виклик швидкої допомоги, користування медичною аптечкою, доставка в номер кореспонденції по її одержанні, побудка, надання голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.

Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинні відповідати вимогам категорії, що присвоєна даному готелю. До них відносять: екскурсійне обслуговування, замовлення послуг гідів-перекладачів, організація продажу квитків (транспорт, культурно-розважальні заклади), виклик таксі, прокат автомобілів, замовлення місць у ресторанах міста; покупка і доставка квітів, ремонт взуття, ремонт і прасування одягу, прання і хімчистка одягу, користування сауною, послуги перукарні, оренда конференц-залу, залів переговорів, послуги бізнес-центру та багато інших, в залежності від спроможності готелю. Додаткові послуги - обсягах готельних послуг, що не належать до основних, замовляються та сплачуються додатково .

Усі служби, що беруть участь у наданні послуг готельного підприємства, повинні виконувати основну вимогу - працювати в тісній взаємодії, що виключає випадки несвоєчасного реагування на запити гостя. У випадку неможливості надання певних послуг працівники готелю повинні пояснити гостю причини і запропонувати замість них рівноцінні послуги.

**Увесь персонал готелю - від нищого до вищого рівня повинен створювати атмосферу гостинності, вчасно і вірно виконувати прохання проживаючих, виявляти терпіння і стриманість у певних конфліктних ситуаціях.** Найважливішими якостями, без яких працівники готелю не зможуть добре виконувати свої обов'язки, є ввічливість, коректність, тактовність, гарні манери, стриманість, вміння знаходити вихід з різного роду конфліктних ситуацій. Специфіка роботи в готелі полягає в тому, що її працівникам

доводиться постійно спілкуватися з новими і незнайомими людьми, з величезною розмаїтістю характерів гостей. Професія готельного працівника вимагає високої культури мови, уміння чітко і ясно висловлювати свої думки, вести бесіду в належному тоні. І останнім, але дуже важливим компонентом у процесі обслуговування являється зовнішній вигляд працівника. Персонал усіх категорій готелів, що вступають у контакт із проживаючими, повинний носити формений одяг, який у ряді випадків включає особистий значок, де вказані ім'я і прізвище. Працівники готелів зобов'язані суворо дотримуватися правил носіння форменого одягу при обслуговуванні клієнтів. Формений одяг допомагає приїжджому або проживаючому легко знайти представника готелю, звернутися з питанням або з проханням про надання послуги, про сприяння і надання якої-небудь допомоги.

**У різних джерелах існує різне визначення щодо підрозділів, які входять до служби обслуговування. Всього існує три варіанти такого поділу:**

- ✓ **1-ий** варіант - до служби обслуговування відноситься служба прийому і розміщення, служба обслуговування номерного фонду та об'єднана сервісна служба;
- ✓ **2-ий** варіант - служба прийому і розміщення та сервісна служба;
- ✓ **3-ій** варіант - найвужчий - лише об'єднана сервісна служба, куди входять швейцари, портьє, коридорні, консьєрж..

**Характеристика основних служб:**

**Серед усіх служб готелю можна виділити наступні основні:**

- ✓ служба прийому та розміщення;
- ✓ служба харчування;
- ✓ служба безпеки;
- ✓ служба бронювання;
- ✓ служба експлуатації номерного фонду.

**Служба прийому та розміщення** - є однією з перших контактних служб, з якими стикається гість при поселенні в готель. Заходячи в готель, гість перш за все потрапляє в просторий холл, де розміщено стійки рецепції та зону відпочинку. В даному готелі служба прийому і розміщення є повністю автоматизованою і працює на програмі **OPERA PMS (Property Management System)**, або інша система. Ця система дозволяє легко і швидко зареєструвати клієнта, що вже забронював номер і клієнта, що бажає вибрати номер зараз,

враховуючи усі побажання. Працівник рецепції, або черговий адміністратор, завжди має доступ до найточнішої останньої інформації щодо завантаженості номерного фонду, має можливість перевірити, чи прибрано номер, до якого вселяється клієнт, чи не виявлено там певних несправностей. Дана автоматизована система разом з висококваліфікованим персоналом є запорукою успіху роботи готелю в процесі поселення гостя. Гість отримує задоволення від того, як його зустрічають - з посмішкою на обличчі персоналу, який реєструє гостя протягом декількох хвилин. Після процесу реєстрації гостю видають ключі та проводжають до номеру - як правило, це обов'язки коридорного. По-перше, даний службовець слідкує за багажем - або ж допомагає віднести його до номеру, або розпоряджається, щоб речі віднесли до камери схову - за бажанням клієнта. Супроводячи гостя до номеру, коридорний має показати, як працюють усі прилади, що є в номері. У кожному номері готелю є система клімат-контролю, доступ до інтернету, сейф, фен. У номерах вищої категорії є також машина для приготування кави. Тому важливо, щоб коридорний знав, як цими приладами користуватися і показав це гостям. До обов'язків консьєржа входять навчання та контроль працівників служби обслуговування - коридорні, швейцари, посильні.

Служба харчування є другою основною службою готелю після розміщення, адже нічліг та їжа - основне, що потрібно гостю, а вже потім інші додаткові послуги. Служба харчування в готелі входить до підпорядкування операційного менеджменту та складається з кухні, бару та ресторану і підрозділу обслуговування бенкетів та конференцій. В ресторані управління також розділяється на дві гілки: **1-ша** - кухня, що підпорядковується шеф-повару, **2-га** - обслуговуючий персонал, що підпорядковується головному адміністратору, до обов'язку якого входить, крім контролю за роботою офіціантів і барменів, оформлення залу, приготування зали до бенкетів, конференцій тощо. І така схема існує у кожному ресторані та барі. В готелі так як і у всіх готелях мережі, існує послуга **Super Buffet Breakfast** - сніданок у вигляді шведського столу з багатим вибором страв з кухонь країн світу - американської, північноєвропейської і континентальної. Сніданок подається щодня в ресторані. Персонал повинен особливо уважно спостерігати за чистотою столу та наявністю продуктів під час сніданку типу «шведський стіл».

**До основних обов'язків обслуговуючого персоналу можна віднести таке:**

- ✓ доливати соки, воду у чайники;
- ✓ наповнювати посуд з медом, маслом, молоком, оцтом, оливковою олією, спеціями, горішками, сухофруктами
- ✓ витирати стіл від крихт, залишків їжі, пролітої рідини;
- ✓ слідкувати за наявністю зубочисток, серветок, чистого посуду та приборів.

Служба харчування виконує ще ряд важливих функцій - обслуговування банкетів і конференцій, доставка їжі у номери. Обслуговування банкетів і конференцій в готелі проходить на найвищому рівні. Замовнику надається преїскурант - разом з цінами за оренду залу, обладнання представлені також ціни на їжу чи напої - від невеликої перерви на кави до банкету.

Служба експлуатації номерного фонду є однією з найважливіших в готелі, адже працівники служби слідкують за дотримання належного санітарно-гігієнічного стану в номерах. Дана служба, так як і харчування, відноситься до операційного менеджменту та складається з покоївок і головної покоївки, яка контролює їх діяльність, навчає, а також, при необхідності, може владнати різні непорозуміння з клієнтами. Персоналу надаються інструкції, за якими вони повинні слідкувати - як і коли прибирати кімнати, які миючі засоби використовувати. Всі завдання розділяє старша покоївка між своїми підлеглими, за стандартом одна покоївка може обслуговувати від **16 до 20** кімнат за зміну (при цьому номери люкс рахуються за дві кімнати). На прибирання номера, де проживає гість, можна витратити не більше **20 хвилин**, а номера, що звільнився - не більше **30 хвилин**. Окрім безпосереднього контролю за персоналом, старша покоївка повинна стежити за справністю санітарно-технічного обладнання, інвентарю у номерах та на поверсі; відповідає за зберігання білизни та майна готелю, викликає персонал технічної служби у разі виникнення пошкоджень. До обов'язків покоївок на сьогоднішній день часто входить також контроль за майном клієнта у номерах, які вона прибирає - покоївка не повинна допускати у номер сторонніх осіб.

Служба безпеки в готелі є окремим відділом, що підпорядковується адміністрації готелю. Забезпечення захисту є одним із пріоритетних завдань готелю. В готелі встановлена система пожежної сигналізації, евакуація гостей та працівників. налагоджена в результаті постійних навчанням персоналу з техніки пожежної безпеки. Також працює система виведення диму з номерів та приміщень масового збору клієнтів -

ресторанів, конференц-залів, холів. У номерах для людей з обмеженими можливостями існують аудіо і відео системи для оповіщення про надзвичайні ситуації. Окрім протипожежної безпеки в готелі наявна система контролю і попередження про несанкціонований доступ в номери, системи сповіщення через радіо та гучномовці про стихійні лиха. Також в кожному номері існують так звана - швидкий виклик служби безпеки в номер в екстрених випадках. В кожному номері готелю є міні-сейф з електронним замком, електронні ключі для відкривання дверей номеру, на першому поверсі готелю є також кімната схову.

### ***Тема 16: «Організація роботи служби прийому та розміщення у підприємствах готельного господарства».***

#### ***План лекції:***

- 1. Основні функції та особливості організації роботи служби прийому та розміщення гостей.*
- 2. Основні правила та режим роботи служби прийому та розміщення .*
- 3. Основні посадові обов'язки та вимоги до персоналу , які працюють у готелях.*
- 4. Американські та Європейські принципи роботи служб прийому та розміщення.*
- 5. Критерії формування штатного розпису , роботи працівників служби прийому та розміщення.*

#### **Служба прийому та розміщення.**

**Служба бронювання в готелі** - це служба, з якої по суті починається процес обслуговування гостей ще до того, як вони поселилися в готель. Сюди надходять заявки на бронювання від клієнтів. Проте прийом таких заявок - не єдине завдання служби бронювання. Її основною задачею є вивчення попиту в даному місті області на готельні послуги, прогнозування можливої завантаженості в залежності від сезону, різних спортивних чи культурних подій і т.д. Бронювання номерів зазвичай відбувається через інтернет або через телефоном. Це дає змогу вибрати бажаний номер зарані, особливо якщо гість збирається відвідати готель в період найвищої завантаженості. В готелях бронювання через інтернет є швидким і доступним кожному. На офіційному сайті готелю є спеціальний розділ **«Бронювання»**. Тут гість може подивитися, які номери є вільними в обраний ним

час та ціни на них. Потім гість заповнює форму, де вказую свою контактну інформацію - імя та прізвище, країну, місто, поштовий індекс, адресу, телефон та адресу електронної пошти. Якщо гість бажає мати певні гарантії свого попереднього замовлення, він повинен вказати тип своєї кредитної картки (**Master Card, Visa**), імя на картці, номер та строк закінчення дії. Гості може не турбуватися про свою безпеку, адже готель користується найсучаснішими технологіями шифрування для захисту даних. Після заповнення форми вона виводиться на екран і гість підтверджує замовлення. Попереднє бронювання дає можливість набагато швидше зареєструвати гостя та уникнути непорозумінь. Схожу форму, або реєстраційну картку, заповнює і той гість, який прибуває до готелю без попередньо реєстрації. В неї внесені всі ті підпункти, що і на картці бронювання в інтернеті - особисті дані, номер кредитної картки та ін.

### ***Тема 17: «Технологія бронювання послуг у підприємствах готельного господарства».***

#### ***План лекції:***

- 1. Основні вимоги до здійснення бронювання номерів.*
- 2. Способи здійснення бронювання.*
- 3. Анулювання бронювання.*
- 4. Подвійне бронювання.*
- 5. Терміни анулювання заявок на бронювання.*
- 6. Сучасні системи Інтернет – бронювання, їх недоліки та переваги.*

#### **Організація служби бронювання місць у готелях.**

**Процес обслуговування гостей у готелях усіх категорій можна представити у вигляді наступних етапів:**

- ✓ попереднє замовлення місць у готелі (бронювання);
- ✓ прийом, реєстрація і розміщення гостей;
- ✓ надання послуг проживання і харчування;
- ✓ надання додаткових послуг проживаючим;
- ✓ остаточний розрахунок і оформлення виїзду.

**Бронювання** – це попереднє замовлення місць і номерів у готелі. З цього процесу починається обслуговування гостей в готелі. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих

підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів. Крім формального збору заявок відділ бронювання має вивчати попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходять в даному регіоні, прогнозуючи попит на місця та аналізуючи завантаження номерів у минулі і дійсний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю.

**Для резервування використовуються різні технічні засоби та організаційні форми. Серед технічних засобів типовими є:**

- ✓ телефон;
- ✓ інформаційна система Інтернет;
- ✓ факс;
- ✓ телеграма;
- ✓ лист.

**Серед організаційних форм бронювання розрізняють:**

- ✓ централізоване бронювання;
- ✓ бронювання міжготельними агентствами;
- ✓ центральний офіс із бронювання;
- ✓ бронювання туристичними підприємствами;
- ✓ бронювання транспортними агентствами;
- ✓ бронювання організаторами конференцій і нарад;
- ✓ бронювання безпосередньо у готелі.

**Типи бронювання. У готелях розрізняють два види бронювання:**

- ✓ **Гарантоване ;**
- ✓ **Негарантоване.**

**Гарантоване бронювання** підтверджується гарантією забезпечити клієнту номер до настання розрахункового часу у наступний після прибуття день (**12.00 год**). Адміністрація готелю встановлює обумовлений розмір сплати за бронь. Звичайно з індивідуальних туристів беруть **50 %** від тарифу номера або місця в номері. Для туристських груп передбачені знижки за бронювання, проживання і навіть деякі послуги. Обсяг знижки залежить від числа людей у групі, терміну проживання. У середньому за бронювання місць для туристської групи береться оплата в розмірі **25 - 35%** від тарифу. Актуальність цього бронювання для клієнта полягає у можливості скористатись послугами готелю у випадку запізнення, але не більше ніж до розрахункового часу наступного дня. Водночас, готель забезпечує гарантію використання номера, отримавши передоплату від клієнта. У випадку, якщо клієнт не

скористається послугами готелю до розрахункового часу наступного дня, готель отримує передоплату та використовує номер згідно власного розпорядку. В окремих випадках гарантоване бронювання може діяти на весь термін перебування клієнта у готелі.

**Негарантоване бронювання** — це форма бронювання, згідно якої готель пропонує номер клієнту до настання часу ануляції — **18.00 год**, у день прибуття. Готель залишає за собою право відмінити негарантоване бронювання у випадку необхідності (попередньо працівник служби бронювання зателефонує клієнту і запропонує здійснити оплату за проживання). Якщо клієнт не прибуде до настання часу ануляції, готель пропонує номер згідно інших замовлень. Запізнення клієнта і прибуття у час після ануляції бронювання і номер залишається не проданим, готель може запропонувати його клієнту. Оплата за послуги негарантованого бронювання не здійснюється.

#### **Відміна бронювання:**

У разі відмови від бронювання більш ніж за **24** години до прибуття в готель (**найпізніше 14:00**), скасування бронювання безкоштовне. У разі відмови від бронювання менш ніж за **24** години до прибуття в готель або у випадку, якщо гість не заїжджає в готель, оплачується перша доба проживання.

**Служба бронювання** (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання відображається на рентабельності готелю. Вона може бути як окремою структурною ланкою або підрозділом служби прийому і розміщення клієнтів.

**Процес бронювання** — це налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, процес замовлення місць і номерів у готелі, саме з бронювання починається обслуговування гостей. Цей процес може здійснюватись різними технічними засобами — по телефону, Інтернету, поштою, факсом тощо, проте саме від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель, тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати професійну підготовку, телемаркетингові навички спілкування по телефону, проявити вищий професіоналізм гостинності. В процесі пошуку клієнт знайомиться з декількома готелями, вибирає кращий, тому агент з бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах в обслуговуванні саме цього готелю серед конкурентів.

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях функціонує як окрема структурна ланка управління, проте найчастіше у

структурі служби прийому та розміщення. Очолює відділ менеджер, який у більшості готелів знаходиться на одному службовому рівні з головним адміністратором і підпорядковується директору відділу обслуговування або директору відділу збуту. Цей факт підкреслює, що резервування функціонально пов'язане із збутом і має вплив на управління доходами готелю.

Відділ бронювання найчастіше працює у період найвищої активності клієнтів — з **8:00 год. до 18:00 год.** Кількість службовців залежить від розмірів готелю і становить **3–5 осіб.** Основне завдання службовців полягає у реалізації найбільшої кількості номерів готелю за максимально високу ціну. Окрім цього відділ бронювання здійснює маркетингові дослідження ринку — вивчає динаміку попиту на готельні послуги, аналізує заповнення номерів, програму заходів, які будуть відбуватись у регіоні (спортивні змагання, фестивалі, конференції та ін.) та разом із службою маркетингу прогнозує діяльність готелю.

### **Тема 18: «Організація реєстрації та розміщення гостей у підприємствах готельного господарства».**

#### **План лекції:**

1. Технологія реєстрації туриста.
2. Порядок реєстрації туристичних груп.
3. Правила заповнення документів первинного обліку:
  - 3.1** Правила заповнення форми №1-Г «Анкета проживаючого»;
  - 3.2** Правила заповнення форми №2-Г «Реєстраційна карта»;
  - 3.3** Правила заповнення форми №3-Г «Візитна картка готелю»;
  - 3.4 Правила заповнення форми №4-Г «Рахунок»;
  - 3.5 Правила заповнення форми №5-Г «Журнал обліку громадян, які проживають у готелі»;
  - 3.6 Правила заповнення форми №6-Г «Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі».
  - 3.7** Правила заповнення форми №7-Г «Журнал реєстрації заявок бронювання»;
  - 3.8 Правила заповнення форми №8-Г «Касовий звіт»;

**3.9** Правила заповнення форми №9-Г «Відомості руху номерів у готелі»;

**3.10** Правила заповнення форми №2-Г «Журнал осіб, які проживають на поверсі».

Процес виробництва та організації надання готельних послуг визначається традиційним гостьовим циклом: **прибуття — проживання — виїзд**. Висока якість обслуговування споживачів забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб підприємства готельного господарства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи щодо вдосконалення форм і методів обслуговування, вивчення та впровадження передового досвіду, нової техніки і технології, розширення асортименту та поліпшення якості послуг, що надаються.

Технологічний цикл виробництва готельних послуг включає основні, обслуговуючі та допоміжні технологічні цикли.

**Для здійснення замкненого технологічного циклу обслуговування споживачів готельних послуг у готельному підприємстві передбачає відповідні функціональні служби:**

- ✓ бронювання;
- ✓ обслуговування;
- ✓ прийому та розміщення;
- ✓ експлуатації номерного фонду.

Це мінімальний набір служб, що забезпечують надання готельних послуг. На готельних підприємствах різних типів, категорій і різної місткості кількість служб може бути більшою або меншою ніж зазначена вище.

Всі готельні служби залежно від наявності контакту з гостем розташовані на двох рівнях. На першому рівні — служби, персонал яких має безпосередній контакт зі споживачем (контактні служби), на другому рівні — служби, персонал яких практично не контактує зі споживачем (неконтактні служби).

На підприємстві готельного господарства велике значення має організація процесу прийому та розміщення споживача, оскільки саме на цьому етапі у споживача послуг складається враження про засіб розміщення.

**В процесі прийому та розміщення споживача персонал повинен оперувати такими поняттями:**

- ✓ дата заїзду споживача;
- ✓ дата виїзду;
- ✓ ранній заїзд;
- ✓ пізній виїзд;
- ✓ розрахунковий час.

Служба прийому та розміщення здійснює контроль за наданими послугами та вирішенням технічних і організаційних питань. Крім того, у разі виникнення критичних ситуацій (пожежа, необхідність надання медичної допомоги тощо) стійка адміністратора слугує місцем організації оперативних дій. Мистецтво гостинності споживачі готельних послуг цінують особливо високо. Від того, як приймуть споживача, як його привітають та наскільки оперативно будуть виконані необхідні формальності (перевірка бронювання, заповнення анкети, попередня оплата) залежить загальне враження від готельного підприємства.

Служба прийому одержує зі служби бронювання опрацьовані заявки відповідно до яких складає карту руху номерного фонду та допомагає вести облік вільних місць на підприємстві готельного господарства. Більшість підприємств готельного господарства облік вільних місць здійснюють за допомогою спеціальних комп'ютерних програм.

При розміщенні споживача необхідно узгодити умови попереднього бронювання (категорію та тип номера, наявність зручностей, вид оплати, ціну, термін перебування, передбачувану дату виїзду тощо).

Реєстраційні картки зберігають упродовж двох років, після чого разом із журналом обліку іноземців (**форма № 6—Г**) знищують відповідно до складеного акта.

**Форма № 3—Г «Візитна картка»** надає право громадянину, який проживає у готелі, на отримання ключів від номера та обслуговування службами готелю.

На картці зазначають обов'язкові відомості, прізвище споживача готельних послуг, номер кімнати і термін проживання. Інші необхідні відомості можуть бути внесені додатково за рішенням адміністрації готелю.

Візитну картку заповнює портьє на підставі анкети (**форма № 1—Г**) або реєстраційної картки (**форма № 2—Г**). **«Візитна картка»** відображає відомості двома мовами: українською та англійською.

Важливою функцією служби прийому та розміщення є оформлення розрахунків з громадянами за основні та додаткові послуги, отримані на підприємстві готельного господарства.

**Форму № 4—Г «Рахунок»** використовують при будь-якій формі обробки документа (електронній, ручній) та при будь-якому виді розрахунку (готівковому, безготівковому). Рахунок виписують у двох примірниках. Перший примірник видають мешканцю, другий — подають до бухгалтерії. Графа форми «Послуга» містить перелік основних і додаткових послуг, наданих проживаючому за звітний період. Суму до сплати розраховують щодобово згідно з переліком фактично отриманих послуг разом із сумою податку на додану вартість.

Для розрахунку оплати за бронювання номерів (місць) і проживання за безготівковим розрахунком в службі прийому та розміщення використовують **форму № 4—Г**.

Також на службу прийому та розміщення можуть бути покладені функції складання касового звіту. **Форму М 9—Г «Касовий звіт»** складає касир (порт'є, який здійснює розрахунки) за даними використаних за звітний період рахунків (**форма № 4—Г**). Графа форми «**Вид платежу**» містить перелік послуг готелю, наданих споживачам готельних послуг за звітний період.

До функцій служби прийому та розміщення належать також Розподіл номерів і облік вільних місць на підприємстві готельного господарства. Це здійснюється на основі форми **№ 5—Г «Журнал обліку громадян», які проживають у готелі»** та форми **№ 6—Г «Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі»**.

Важливим аспектом функціонування служби є ведення картотеки споживачів готельних послуг. На кожного споживача після його перебування заповнюють спеціальну картку, в якій міститься інформація з усіх служб готельного підприємства, з якими споживач контактував: служби експлуатації номерного фонду, служби обслуговування, закладу ресторанного господарства тощо. При повторному приїзді ця інформація дає можливість персоналу значно підвищити якість обслуговування, дозволяє передбачити чому віддає переваги споживач та його побажання. Накопичення інформації дуже важливе для формування контингенту постійних споживачів. У готельних підприємствах створюють банк даних про споживачів готельних послуг.

Служба прийому та розміщення є надзвичайно важливою ланкою в діяльності підприємства готельного господарства,

оскільки її працівники відповідають за: інформаційне обслуговування, координацію і контроль над всім комплексом послуг, які пропонує підприємство.

Організація та технологія бронювання послуг на підприємстві готельного господарства Бронювання послуг на підприємстві готельного господарства сприяє швидкості та чіткості роботи зі споживачами.

**Бронювання** — це процес замовлення готельної послуги в певному обсязі з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів.

**Функціями служби бронювання є:**

- ✓ прийом заявок і їх опрацювання;
- ✓ обробка та складання необхідної документації: щоденних графіків заїзду; на тиждень, місяць, квартал, рік; карти руху номерного фонду.

Для фіксації заявок щодо бронювання на підприємствах готельного господарства використовують **форму № 7—Г «Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів»**, яку заповнює працівник служби бронювання на підставі телеграм, телефонних дзвінків, листів, що надійшли до готельного підприємства.

**Кожна заявка може містити таку інформацію:**

- дату і час заїзду;
- орієнтовну дату і час від'їзду;
- кількість споживачів;
- категорію номера;
- послуги в номері (наявність ванни, душу, телевізора, холодильника, сейфа, міні-бару тощо);
- послуги харчування (тільки сніданок; напівпансіон; повний пансіон)
- ціну (вказуючи ціни, слід фіксувати, за що платить гість: час перебування; за один день перебування; за кожного проживаючого; тільки за розміщення; за розміщення і харчування; розміщення, сніданок тощо); прізвище та ініціали того, хто буде сплачувати рахунок;
- вид оплати (готівковий, безготівковий, з використанням кредитними картки); особливі побажання (заздалегідь забронювати місце в ресторані, трансфер, можливість утримувати в номері домашня тварин тощо).

Після відповідного опрацювання заявки співробітник служби бронювання направляє підтвердження або відмову. Відмова у бронюванні послуг — відмова готельного підприємства у

бронюванні основних і додаткових послуг у визначеними договором термін.

**Анулювання** — це відмова замовника від заброньованих послуг.

**Анулювання поділяється на три види:**

- ✓ своєчасне анулювання;
- ✓ пізнє анулювання;
- ✓ неприбуття.

В разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф із замовника згідно з умовами, викладеними В договорі. Своєчасне анулювання — відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни.

**Пізнє анулювання** — анулювання в термін не пізніше, ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни.

**Неприбуття** — фактичне неприбуття споживача чи групи споживачів до готелю у день заїзду або анулювання заброньованих послуг раніше ніж за **24** години до вказаної дати поселення.

За типами бронювання поділяють на гарантовані та негарантовані. У своїй діяльності готельні підприємства часто користуються гарантованим підтвердження заявок. Це означає, що підприємства підтверджують бронювання тільки після одержання від споживача відповідних гарантій оплати на випадок, якщо турист прибуде із запізненням або взагалі не з'явиться.

**Такими гарантіями насамперед є:**

Укладений договір між замовником (споживачем) на бронювання номерів (місць) і готельним підприємством, а також прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або електронного зв'язку, який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику.

Повідомлення про попередню оплату засіб розміщення повинен отримати до дня заїзду споживачів готельних послуг. Зазвичай це банківський переказ коштів. Термін підтвердження оплати визначає готельне підприємство. Він коливається від декількох тижнів до одного дня.

У разі негарантованого бронювання готельне підприємство погоджується зберігати номер нереалізованим до визначеного часу. Цей тип бронювання не гарантує, що готельне підприємство одержить оплату за номер у випадку неприбуття

споживача. Якщо споживач не поселяється в номер до визначеної години заїзду, то готельне підприємство має право скасувати для нього бронювання.

Готельне підприємство може отримувати запити щодо бронювання з різних джерел. Велика частина бронювання номерів здійснюється безпосередньо в готельних підприємствах за заявками, що надходять факсом. Факси, що містять запит про бронювання номера, зазвичай надсилають від організацій, які співпрацюють з певним підприємством готельного господарства.

Факси заявок надходять на фірмових бланках організації, на яких зазначені реквізити замовників — назва, контактний телефон і факс, адреса, від кого надходить заявка. Це необхідно особливо для тих організацій, з якими укладені договори на більш низькі ціни обслуговування. Запит на фірмовому бланку може бути підставою для підтвердження контрактної ціни за номер. У запиті, крім прохання забронювати номер для споживача на зазначені дати, повинна також бути інформація про метод оплати й інші побажання.

**Залежно від наявності вільних місць готельне підприємство здійснює бронювання та відправляє підтвердження, що містить інформацію про:**

- ✓ споживача готельних послуг;
- ✓ термін проживання;
- ✓ тип номера;
- ✓ ціни;
- ✓ послуги, включені у вартість номера;
- ✓ додаткові послуги, що можуть бути замовлені заздалегідь (наприклад, зустріч гостей в аеропорту);
- ✓ номер підтвердження.

Підтвердження про бронювання необхідне для того, щоб готельне підприємство мало можливість у разі потреби довести, що замовника проінформовано і він одержав усю необхідну інформацію стосовно бронювання.

Якщо ж бронювання неможливе з тих або інших причин, то такому випадку працівник служби бронювання відправляє офіційну відмову, обов'язково вказуючи причини відмови.

Бронювання, здійснені по телефону, в основному надходять приватних осіб. У цьому випадку, якщо бронювання можливо, здійснюють за загальною схемою і замовнику називають підтвердження. Бронювання також здійснюють через Інтернет.

**Резервування (reservation або booking)** — це перший контакт з індустрією гостинності для гостя або особи, яка робить це за гостя — представника туристичного підприємства. Контакт

може здійснюватися по телефону і враження про готель починає формуватися вже з телефонної розмови.

Різні типи готелів відрізняються рівнем обслуговування, яке насамперед виявляється в процесі прибуття і реєстрації гостей. Готелі низького класу, як правило, не мають службовців, які працюють з прибулими гостями від парадної двері до стойки реєстратора. В таких готелях саме стойка портьє — реєстратора (**reception desk, або lobby**) і є першою контактною зоною між клієнтом і персоналом готелю.

Готелі вищої категорії, з іншого боку мають декілька представників, які починають займатися обслуговуванням гостя від перших хвилин наближення до готелю — черговий гаражної служби, швейцари, посильні, ще до того, як гість дійде до стойки прийому і розміщення.

У більшості готелів процес прибуття гостя виглядає досить простою справою. Гостя вітають, перевіряється інформація про нього, проводиться оплата і обирається кімната. Більшість гостей проходять процедуру реєстрації навіть не уявляючи всю складність функцій служби прийому і розміщення. Ідеальна реєстрація відбувається дійсно непомітно, коли від чергового, який паркує автомобіль, до швейцара, який вітає гостей, від посильного, який займається багажем, до персоналу за стойкою — вся система працює синхронно, узгоджено і ефективно — через **3-4 хвилини** гість вже може йти і відпочивати до своєї кімнати.

Інше питання, яке з'ясовується в процесі реєстрації гостя — визначення знижок, що надаються компанії, яка організувала подорож. Така інформація необхідна для відділу маркетингу та продажу. Відстежуючи потік гостей, комерційний відділ може пропонувати спеціальні знижки та спеціальні ціни компаніям, які часто користуються послугами готелю або готельного ланцюга. Найбільш стандартними вважаються знижки в межах **10-20%**. На остаточний розмір знижки впливають і тип готелю, його приналежність до ланцюга, глобального ринкового альянсу, дати та сезон заїзду тощо.

На той час, як реєстрація гостя близька до завершення і гість отримує картку, до обслуговування підключається посильний. Служба посильних (коридорних) виконує ряд важливих функцій. Посильний супроводжує гостя до кімнати і допомагає з багажем, пояснює розташування відділів та служб готелю, ресторану, відпочинкових послуг, інформує про порядок їх роботи, здійснює заключну перевірку кімнати при заселенні гостя, розміщує багаж гостя на спеціальному столику, пояснює

функціонування освітлення, телебачення та кондиціонера, перевіряє стан ванної кімнати, пропонує додаткові послуги .

Гаражна служба, швейцари та служба посильних першими зустрічають і до останньої хвилини супроводжують гостя готелю. Перше враження від спілкування з цими службовцями готелю має довготривалий позитивний (чи негативний) вплив на сприйняття гостем якості обслуговування в готельному підприємстві.

У пік сезону готель може йти на подвійне бронювання.

**Подвійне бронювання** — це підтвердження майбутнього надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на ту саму дату. Йдучи на це, готель іде на ризик, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправдовується тоді, коли він ретельно вираховується на основі багаторічного досвіду роботи готелю, на основі знання того, яку кількість в середньому складають анульовані заявки. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розташування клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна переадресувати клієнта. Іноді відділ бронювання пересилає заявку на бронь в інший готель, що і підтверджує клієнтові, що йому буде надане місце, але в іншому готелі. У цьому випадку необхідно одержати згоду клієнта на зміну готелю.

**Є кілька способів забронювати номер або місце в готелі:**

- ✓ письмовий;
- ✓ усний ;
- ✓ та Інтернет.

Поштою або за допомогою факсу клієнт надсилає до готелю лист-заявку. Таку саму заявку можна оформити й у готелі у відділі бронювання. Робота із заявками вимагає великої уваги.

Кожна заявка на бронювання й ануляція замовлення повинні бути зареєстровані. Якщо менеджери з бронювання не скасували вчасно замовлення, то номер може залишитися непроданим доти, поки не виявиться помилка. Лише заявка на фірмовому бланку може служити підтвердженням на оплату замовленого номера.

На заявці організації, що бронює номер, обов'язково повинні бути наведені реквізити цієї організації (назва, адреса, телефон, факс, номер рахунку в банку).

**У будь-якому випадку заявка повинна містити такі відомості:**

- ✓ кількість і категорії номерів;

- ✓ терміни проживання в готелі;
- ✓ прізвища приїжджаючих;
- ✓ форма оплати (безготівковий або готівковий розрахунок, реквізити організації, що оплачує).

Заявку реєструють і підтверджують, або відмовляють тим же чином, яким вона була отримана.

Спосіб бронювання через мережу Інтернет відкриває широкі можливості для готелів і клієнтів. При бронюванні через мережу Інтернет замовлення місць може бути здійснене у готелі, розташованому в іншому місті або навіть у іншій країні. Перевагою автоматизованої мережі є те, що бронювання може бути переадресоване в будь-який інший готель певного ланцюга, що знаходиться в цьому місті.

При телефонному або комп'ютерному бронюванні існує небезпека раптового припинення резервування, і тоді клієнт, що не одержав підтвердження, може прибути для реєстрації і не одержати номер, оскільки може не виявитися вільних місць. За заявками відділ бронювання може скласти перспективний план завантаження готелю на певний період (рік, місяць, тиждень) і план завантаження на поточний день.

Бронювання, підтвержене спеціальним повідомленням, що висилається готелем клієнтові, називається підтвердженням. Для одержання підтвердження про резервування потрібно якийсь час, щоб повідомлення про резервування надійшло до клієнта поштою або факсом. Звичайно в підтвердженні вказуються номер реєстрації заявки, дата передбачуваного прибуття і вибуття гостя, тип замовленого номера, число гостей, число ліжок, що вимагаються, а також будь-які вимоги гостя, що спеціально обумовлюються. Клієнт бере із собою в готель це підтвердження на випадок будь-яких непередбачених ситуацій. Але таке підтвердження не завжди є гарантією для клієнта, оскільки існує правило: якщо гість не приїхав до **18:00** години, бронь знімається в тому випадку, коли в цьому є необхідність для готелю.

**Гарантоване бронювання** — це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнтові одержання їм замовленого номера. Таке підтвердження необхідне, якщо є ймовірність, що гість може прибути в готель із запізненням. На таких умовах номер залишається вільним до прибуття гостя. Зручність гарантованого резервування полягає в тому, що гість намагатиметься анулювати замовлення, якщо побачить, що не зможе ним скористатися. При такому

підтвердженні готель матиме точну картину наявності вільних номерів.

Іншою формою гарантованого бронювання може бути депозитна (авансова) оплата. У деяких ситуаціях (наприклад, у пік сезону відпусток) для того, щоб уникнути простою номерів через неявку очікуваного гостя, готель може попросити переказати авансом вартість проживання протягом одного дня або навіть усього терміну. Передоплата потрібна і при розміщенні туристської групи. Це теж спосіб боротьби з «неявками».

Відповідно до правил надання готельних послуг у випадку запізнення споживача з нього стягується, крім плати за бронювання, також плата за фактичний простій номера (місця в номері), але не більш ніж за добу. При запізненні більш ніж на добу бронь анулюється. У випадку відмови споживача сплатити бронь його розміщення в готелі здійснюється в порядку загальної черги.

Адміністрація готелю встановлює обумовлений розмір сплати за бронь. Звичайно з індивідуальних туристів беруть **50 %** від тарифу номера або місця в номері. Для туристських груп передбачені знижки за бронювання, проживання і навіть деякі послуги. Обсяг знижки залежить від числа людей у групі, терміну проживання. У середньому за бронювання місць для туристської групи береться оплата в розмірі **25 — 35%** від тарифу.

В готелі є дві форми розрахунку за проживання і послуги. Оплата здійснюється готівкою або безготівково. Безготівкові платежі здійснюються за допомогою кредиток і переведення грошей на рахунок готелю в банку.

Організація праці готельного персоналу має на меті забезпечення безперервного технологічного процесу підготовки до прийому гостей, організації їх розміщення, обслуговування та виїзду. Вона включає визначення необхідної чисельності персоналу, його розподіл по структурних підрозділах та посадах, визначення обов'язків та повноважень, планування роботи персоналу, її облік та контроль. Все це входить до обов'язків кадрової служби, планово-економічного відділу та керівників служб готелю. Вони вносять пропозиції щодо прийняття до складу служб нового працівника, проводять із співробітниками необхідні інструктажі та різні види навчання, складають графіки виходів на роботу та графіки відпусток. Вони також визначають перспективний та поточний обсяги роботи та її поділ між працівниками, забезпечують необхідні умови та засоби для роботи, контролюють її виконання, здійснюють облік роботи

кожного працівника за кількістю та якістю, складають таблиці на отримання заробітної плати. Обов'язок кожного працівника - якісно виконувати свій обсяг роботи, обумовлений контрактом або трудовою угодою і регламентованій посадовою інструкцією.

Визначати оптимальну кількість працівників та склад служб готелю допомагає нормування праці, яке базується на встановленні міри витрат праці на виконання певного обсягу роботи. Штатні норми готельного підприємства залежать від специфіки його роботи, функцій, що виконуються працівниками, обсягу робіт і рівня трудових витрат.

**При визначенні штатного розкладу підприємства застосовуються такі норми:**

- ✓ **Норма чисельності** — регламентована кількість працівників, необхідна для повного та якісного виконання робіт;
- ✓ **Норма часу** — регламентовані витрати часу на виконання одиниці певного виду роботи;
- ✓ **Норма виробітку** — кількість одиниць роботи, яка мусить бути виконана за одиницю часу;
- ✓ **Норма обслуговування** — регламентована кількість об'єктів обслуговування, яку може ефективно обслужити один працівник протягом регламентованого часу роботи;
- ✓ **Норма співвідношень чисельності** - регламентоване співвідношення чисельності різних категорій та посадових груп працівників, що забезпечує їх ефективне виконання у відповідності з кваліфікацією;
- ✓ **Норма централізації робіт** — регламентоване співвідношення між чисельністю централізованої частини персоналу та його загальної чисельності та ін.

Норми праці регламентують склад персоналу конкретного готелю. Для їх встановлення використовують трудові нормативи, визначення для відповідних видів робіт. Існують типові нормативи і норми персоналу, які розробляються на рівні галузі або відомства, у розпорядженні якого знаходяться готелі, та диференціюються у залежності від розмірів, класа готелю, характеристики номерного фонду тощо. Типові нормативи є найбільш загальними, базовими. На кожному конкретному підприємстві на рівень трудових витрат впливає також форма організації виробництва, ступінь механізації праці, рівень кваліфікації кадрів. Тому підприємства можуть застосовувати типові норми штатного персоналу, переробляючи їх відповідно до конкретних умов своєї діяльності. Для цього використовуються такі методи аналізу організації праці та

розробки нормативів як миттєві спостереження, хронометражу робочого часу, фотографія робочого дня.

Праця готельного персоналу характеризується різноманітністю функцій, які виконує кожен працівник готелю, тому вона важко піддається точному нормуванню, як у промисловому виробництві

### **Тема19: «Організація роботи обслуговуючих служб на житлових поверхах підприємств готельного господарства».**

#### **План лекції:**

1. Види послуг, що надає персонал мешканцям на поверсі, технологія їх надання.
2. Побутове обслуговування мешканців готелю.
3. Види послуг, що надаються безкоштовно.
4. Види додаткових платних послуг;
5. Організація виїзду з номерів;
6. Порядок складання актів на відшкодування збитків;
7. Порядок збереження і повернення забутих речей мешканцям.

Найважливішою функцією служби експлуатації номерного фонду є дотримання належного рівня комфорту і санітарно-гігієнічного стану готельних номерів, а також громадських приміщень (холів, фойє, переходів, коридорів).

За чисельністю зайнятого персоналу ця служба є найбільшою службою готелю. Як правило, тут працює до **50 %** усіх працівників готелю. Службу експлуатації номерів очолює менеджер, якому підпорядковані покоївки, чергові по поверху, супервайзери, стюарди та деякі інші категорії працівників.

#### **Черговий по поверху готелю чи готельного комплексу.**

Завдання та обов'язки. Розміщує у номерах на поверсі громадян, яких направляє адміністратор. Забезпечує виконання мешканцями та обслуговуючим персоналом на поверсі правил користування та внутрішнього розпорядку в готелі. Здійснює розрахунки за надані послуги. Зберігає, приймає та видає ключі від номерів. Здійснює контроль за чистотою приміщень,

збереженістю майна та обладнання на поверсі, за економним витрачанням електроенергії і води. Наглядає за безперебійною роботою електромережі, водопроводу, каналізації та в разі виявлення несправностей вживає заходів щодо їх усунення (якщо ці роботи не виконуються іншими посадовими особами).

Контролює вчасність виїзду громадян, які мешкали на поверсі. Веде облік вільних номерів та місць у номерах і повідомляє чергового адміністратора про їх наявність. Видає перепустки на винесення речей під час звільнення номерів і місць. Складає акти про забуті мешканцями речі, документи, гроші та здає їх до камери схову або адміністратору. Приймає та здає чергування і гроші, одержані за послуги. Контролює якість виконання посадових обов'язків покоївками та прибиральницями на поверсі.

Старша покоївка отримує завдання, які розподіляє серед підлеглих. До її компетенції входить розподіл роботи з урахуванням штатного розкладу, а також виконання всіх адміністративних функцій, покладених на неї керівництвом. Старша покоївка здійснює контроль за справністю санітарно-технічного та іншого обладнання в закріплених за нею номерах і службових приміщеннях, утримання їх у чистоті та порядку; забезпечення цілості інвентарю та обладнання; організацію прибирання номерів; прийняття номерів від проживаючих при від'їзді; прийом замовлень на додаткові платні послуги; контроль за цілістю майна та інвентарю, що знаходиться на поверсі; звітність за зберігання білизни; виклик чергового персоналу технічної служби для усунення можливих технічних пошкоджень.

### **Покоївка безпосередньо підпорядковується старшій покоївці.**

Основним обов'язком покоївок є прибирання номерів, незалежно від того, зайняті вони чи вільні. Форма організації діяльності служби експлуатації номерного фонду може бути як індивідуальною, так і бригадною. Індивідуальна організація роботи передбачає замкнутий технологічний цикл, виконання всіх операцій у номері однією покоївкою. Бригадна організація роботи передбачає розімкнутий технологічний цикл, тобто розподіл технологічних операцій за їхньою однотипністю (здійснення лише однієї операції).

### **Прибирання номерного фонду здійснюється в такій послідовності:**

Спочатку роботи провадяться у заброньованих номерах, потім прибираються номери, які щойно звільнилися від гостей, в останню чергу виконується прибирання у зайнятих приміщеннях. Прибирання варто проводити, коли гість відсутній. Якщо ж він перебуває у номері, необхідно одержати у нього дозвіл на прибирання. Процес поточного прибирання складається із провітрювання приміщення, прибирання і миття посуду, прибирання ліжок, тумбочки, столу, видалення пилу, прибирання санітарного вузла.

До обов'язків покоївки також входить перевірка збереження обладнання номера. Якщо ж номер із кількох кімнат, процес прибирання завжди починається у спальні, продовжується у вітальні та інших приміщеннях. Завершується робота прибиранням санвузла.

У деяких готелях є посада змінного супервайзера, який контролює роботу зміни покоївок для того, щоб бути впевненим, що приміщення прибрані згідно зі стандартами. До обов'язків супервайзера також входить передавання до служби прийому інформації про вільні і зайняті номери.

Завідувач білизняною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого інвентарю, веде облік майна, що знаходиться в білизняній, видає чисту білизну покоївкам і приймає від них брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан, готує до списання те, що стало непридатним, здає білизну до пральні та приймає її після прання. Підпорядковується директору готельного комплексу і його заступнику.

Кастелянша готує брудну білизну до прання, зважає і підраховує білизну при здачі та отриманні з пральні, веде суворий облік білизни за видами та якістю. Підпорядковується безпосередньо завідувачці білизняною.

До обов'язків прибиральниць входить утримання в належному санітарному стані коридорів, сходових майданчиків, санвузлів, ванн і душових загального користування, вестибулів і холів, а також інших приміщень загального користування, що знаходяться на закріпленій ділянці. До їхніх обов'язків належить миття стін і підлог, дверей, вікон, меблів, килимових виробів, що знаходяться в службових приміщеннях і місцях загального користування; чищення і дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування тощо. Прибиральниці підпорядковуються старшій покоївці, черговому по поверху.

Швачка-штопальниця здійснює ремонт, штопання і маркування білизни. За потреби допомагає кастелянші в

підготовці та відправленні білизни до пральні, а також у прийманні чистої. Підпорядковується завідувачці білизняною.

### **Технологія здійснення клінінгових циклів в готелі, стандарт послідовності прибирання в номерах, використання електронних замкових систем у готелях.**

Структурування простору виробництва і споживання готельної послуги - розміщення - дає змогу структурувати й уніфікувати технологію розміщення.

Основні технологічні процеси включають технологічні цикли, що утворюють робочі зони в монопросторі основного технологічного процесу. Технологічні цикли поділяються на основні, допоміжні й обслуговуючі.

#### **✓ Основний технологічний цикл.**

Визначається умовами гостинності: культурою і якістю обслуговування, формою організації праці (індивідуальна або бригадна), видами технології клінінгу. Розрізняють три види основних технологічних циклів - замкнутий, розкнутий, технологія гостинності.

#### **✓ Допоміжні технологічні цикли.**

Забезпечують умови, необхідні для здійснення основних циклів: контроль за технічним і естетичним станом устаткування і приміщень, їхнє обслуговування і ремонт. Розрізняють два види допоміжних технологічних циклів: технологічний цикл контролю за технічним і естетичним станом приміщень і технологічний цикл контролю за технічним станом устаткування, механізмів і автоматики.

#### **✓ Обслуговуючі технологічні цикли.**

Пов'язані з експлуатацією устаткування і приміщень (прибирання, чищення), збереженням і переміщенням сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції, інформації. Вони здійснюються складськими, транспортними і технічними службами. Розрізняють шість видів обслуговуючих технологічних циклів: клінінг житлових приміщень, клінінг нежитлових приміщень, ведення білизняного господарства, використання засобів для миття і чищення, інформаційні технології, технології бронювання і резервування.

Технологічні нормативи вводяться з метою забезпечення , дотримання відповідного санітарно-гігієнічного стану номерів і помешкань на житлових поверхах і забезпечення високої якості обслуговування гостей у готелю.

#### **Види прибиральних робіт :**

- ✓ щоденним;

- ✓ після від'їзду гостя;
- ✓ генеральне.

Щодня покоївка виконує поточне і проміжне прибирання номерів.

Прибирання номерів здійснюється у такій послідовності: насамперед прибирання проводиться у заброньованих номерах, потім прибираються номери, що звільнились, в останню чергу здійснюється прибирання у зайнятих номерах. Прибирання необхідно проводити у час, коли гості відсутні у номері, для цього заздалегідь необхідно узгодити з клієнтами час прибирання. Якщо гості знаходяться у номері, необхідно отримати дозвіл на прибирання.

Поточне прибирання охоплює провітрювання приміщень, прибирання і миття посуду, застеляння ліжок, прибирання стола, тумбочок, протирання порошу, прибирання санвузла, догляд за вазонами. Обов'язок покоївки також стосується перевірки стану меблів та обладнання номерів. Якщо номер складається з декількох кімнат, процес прибирання насамперед необхідно починати у спальні, далі у вітальні, інших приміщеннях, і завершується прибирання санвузлом.

Щоденне проміжне прибирання у номерах найчастіше здійснюється у другій половині дня на вимогу гостей за окрему плату або якщо це прибирання зазначене у розпорядку робочого дня. В обов'язки покоївки входить видалення сміття з номера, прибирання і миття посуду, протирання обіднього столу, перестилання постільної білизни, заміна постільної білизни, прибирання у санвузлі, готування ванни, заміна рушників, миття підлоги або механізоване прибирання підлоги.

Усі види прибирання, що проводяться у номерах готелю, здійснюються з обов'язковим використанням інвентаря з прибирання і необхідних витратних засобів. Технологічно доцільне використання інвентаря з прибирання і засобів, збереження і утримування їх в належному стані - важливі заходи у дотриманні норм санітарно-епідеміологічного режиму.

Якщо гість залишив білизну для прання, покоївка передає білизну у спеціальному пакеті старшій покоївці, яка передає її в пральню. Старша покоївка оформляє квитанцію з переліком білизни і зазначає вартість прання після цього кладе на стіл чистий бланк-замовлення на прання, вішає новий пакет для білизни в санвузлі. Якщо у номері виявлені несправності сантехнічного обладнання, електрообладнання, водопостачання, побутової техніки, необхідно дати заявку у диспетчерський пункт

інженерно-експлуатаційної служби, здійснити запис в журналі і простежити за виконанням заявки.

При від'їзді гостей покоївка повинна перевірити чи не забули гості речі, перевірити стан обладнання у номері, замінити постільну білизну і рушники, замінити інформаційний матеріал, після цього прибирається номер.

Генеральне прибирання всієї житлової площі проводиться не менше одного разу у **10 днів**. Генеральне прибирання здійснюється в період відсутності гостей у номері і пов'язується з вологим прибиранням, протиранням меблів, видаленням плям на підлозі, килимовому покритті, м'яких меблях, миттям санвузлів спеціальним розчином.

**Згідно загальноприйнятих стандартів у готельному господарстві схема прибирання номера охоплює такі етапи:**

- ✓ провітрювання та кондиціонування приміщень.  
Провітрювання забезпечується природним чином шляхом відкриття вікон на **20-30 хв.** або з використанням систем кондиціонування. Комфортні аеродинамічні характеристики приміщень обов'язково повинні забезпечуватись у термін за півдобу перед прибуттям гостей у номер;
- ✓ прибирання великого сміття;
- ✓ знімання брудної білизни з постільних аксесуарів;
- ✓ чисту білизну необхідно покласти поряд з ліжком, ліжко з постільними аксесуарами залишається на певний термін для провітрювання;
- ✓ з ванної кімнати забираються використанні рушники, халат та ін.;
- ✓ миються раковини і стакани;
- ✓ миються ванна і унітаз;
- ✓ у період висихання ванни і раковин заправляється постіль;
- ✓ здійснюється прибирання балкона, якщо передбачений у номері;
- ✓ у житловій кімнаті витирається порошок зі всіх предметів;
- ✓ здійснюється прибирання підлоги порохотягом;
- ✓ миється підлога у ванній кімнаті;
- ✓ поновлюються і замінюються використаний інвентар (мило, сірники, туалетний папір та ін);
- ✓ у ванній кімнаті здійснюється заміна рушників, халатів та ін.

Прибирання номерів повинно здійснюватись згідно дозволу гостей. Зазвичай у номерах повинна бути вивіска на дверній

ручці "**Просьба не турбувати**", що є пересторогою для покоївки не входити у номер. Якщо вівіска на дверній ручці відсутня, покоївка заходить в номер і повинна спитати дозвіл на прибирання. Отримавши дозвіл, вона починає прибирати з ванної кімнати, потім покоївка продовжує прибирання у житловій кімнаті в присутності гостя (якщо він не заперечує) або може попросити гостя вийти.

Після прибирання покоївками номерів, їхню роботу перевіряє черговий на поверсі. Впродовж робочої зміни черговий на поверсі при швидкій перевірці, згідно норми, повинен оглянути **100 номерів**, при більш ретельній перевірці норма становить **35 номерів**. В процесі швидкої перевірки, що триває **3-5 хв.** черговий на поверсі повинен з'ясувати чи проводилось провітрювання в номері (особливу увагу необхідно звернути на наявність сторонніх запахів у санітарно-гігієнічних приміщеннях номера), якість прибирання у житловій частині і санвузлах - чи видалені наліт, плями на раковині, унітазі, душовій, ванні, облицювальній плитці, як прибране ліжко, витертий порошок. Більш ґрунтовна перевірка, що триває **7-10 хв.** стосується детального вивчення черговим на поверсі якості прибирання, заміни постільної білизни, рушника у ванній кімнаті, поповнення використаних супутніх матеріалів, видалення плям на килимовому покритті, м'яких меблях, заміни інформаційного матеріалу, технічного стану побутових приладів. Будь-які зауваження щодо якості обслуговування покоївки обов'язково повинні враховуватись в перспективі.

У структурі службових приміщень готелю служба обслуговування номерів повинна володіти приміщеннями виробничого використання, що характеризується достатніми розмірами для організації та проведення керівником служби координаційної роботи, проведення навчання, тренінгів, відзначення корпоративних заходів та ін. У загальному службовому приміщенні покоївки отримують завдання і звітуються про виконання роботи, обговорюються завдання для виконання роботи за секторами готелю, проведення телефонних розмов персоналом, інформація по підготовці номерів до прийому гостей, всі розпорядження по видачі засобів та інвентаря, зберігаються і контролюються ключі службового використання.

Окрім загального службового приміщення, на кожному поверсі у готелях повинні бути технологічні приміщення для обслуговуючого персоналу. Ці невеликі службові приміщення використовуються для зберігання інвентаря, засобів догляду за

приміщеннями, перевдягання і зберігання особистих речей, відпочинку.

У функціональній структурі служби виділяються окремі підрозділи, які здійснюють ремонт, прання уніформи співробітників готелю. В особливо великих готелях організовується окрема структурна ланка нянь для догляду за дітьми, яка працює епізодично, у її роботі задіяний персонал інших служб, який у вільний час має можливість додаткового заробітку. Гості у таких ситуаціях оплачують послуги безпосередньо персоналу.

Обсяг роботи і розподіл обов'язків серед персоналу господарської служби суттєво залежить від розмірів готелю, місця його розташування, наявності прилеглої території, що знаходиться у структурі готельного комплексу. Зокрема, якщо готелю належить прилегла зелена зона, у функції цієї служби може входити підтримка порядку і чистоти її території.

Для обліку обладнання у кожному номері передбачений спеціальний опис у вигляді окремої картки, у якій зазначені дані про стан номера - структура інвентаря, несправності, зниклі речі та ін. У європейських готелях поширений досвід двічі на рік - посеред і в кінці року проводити інвентаризацію. В процесі інвентаризації здійснюється облік постільної білизни, одяг, рушників, халатів інших виробів з тканин, білизни, що використовується в ресторані, на збереженні кастелянші, у пральні. Аналогічний облік здійснюється посуду, предметів інтер'єра та ін. Мета інвентаризації стосується з'ясування забезпечення служби інвентарем, необхідність його заміни, витрати на заміну у бюджеті. Згідно досвіду функціонування служби обслуговування номерів у готелях, щорічно необхідно замінити або поновити до **10 %** всього інвентаря.

## ***Тема 20: «Організація інформаційного обслуговування у підприємствах готельного господарства».***

### ***План лекції:***

- 1. Інформаційне обслуговування у готелях.*
- 2. Характеристика інформаційних послуг.*
- 3. Автоматизація основних процесів у підприємствах готельного господарства.*
- 4. Особливості роботи системи **FIDELIOV8, NIMETA**.*

Сам термін інформація походить від латинського слова **Information** -- "роз'яснення, освідомлення, виклад". **Поняття "інформація"** досить широко використовується у звичайному житті сучасної людини, тому кожен має інтуїтивну уяву про те, що це таке. Але коли наука починає застосовувати загальновідомі поняття, вона уточнює їх, обмежує використання терміна строгими рамками його застосування в конкретній науковій області. Поняття інформації є одним з основних у сучасній науці. Значення інформації в житті суспільства стрімко росте, змінюються методи роботи з інформацією, розширюються сфери застосування нових інформаційних технологій. Тому є різні визначення поняття інформації, від найбільш загального, філософського -- "**Інформація є відбиття реального миру**", -- до вузького, практичного -- "**Інформація»** - це всі відомості, що є об'єктом зберігання, передачі й перетворення". Під інформацією необхідно розуміти не самі предмети й процеси, а їх відбиття або відображення у вигляді чисел, формул, описів, креслень, символів, образів. Термін інформатизація може розшифровуватися як ефективне використання суспільством інформації й засобів обчислювальної техніки у всіх сферах діяльності, як комплекс заходів, спрямованих на забезпечення повного й своєчасного використання достовірних знань в усіх суспільно значимих видах людської діяльності. **Основна мета інформатизації** -- забезпечення вирішення актуальних проблем суспільства. Під інформаційними технологіями (**ІТ**) розуміється вся сукупність форм, методів і засобів автоматизації інформаційної діяльності в різних сферах. У цей час під інформаційними технологіями найчастіше розуміють комп'ютерні технології. Зокрема, **ІТ** мають справу з використанням комп'ютерів і програмного забезпечення для збору, перетворення, обробки, зберігання, захисту, передачі інформації зацікавленому користувачеві. Інформаційна система, **ІС (Information System - IS)** - система, призначена для реалізації й ведення інформаційної моделі будь-якої області людської діяльності. Ця система повинна забезпечувати наступні засоби для протікання інформаційних процесів:

- ✓ збір інформації;
- ✓ перетворення й обробка;
- ✓ аналіз;
- ✓ зберігання й захист;
- ✓ передача для використання.

Найшвидше розвиваються галузі, засновані на інформаційних технологіях. Якщо порівнювати розвиток ринків,

то ринок інформації розширюється неспинно. Ще кілька десятиріч тому першість тримав ринок послуг. Нині ж темпи розвитку ринку інформації випереджають темпи розвитку ринку послуг більше, ніж у **25** разів. Хто володіє інформацією - той володіє світом - цей принцип, актуальний для всієї історії людства

### **Види інформаційних ресурсів підприємства готельного господарства.**

В даний час автоматизація виробництва набуває все більшого поширення на підприємствах готельного господарства. Інформаційні технології роблять процес організації та управління підприємством ефективніше й легше. Інформаційна технологія - процес, що використовує сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, передачі, накопичення та обробки інформації на базі програмно-апаратного забезпечення для вирішення управлінських завдань економічного об'єкта. Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств може бути забезпечене тільки на основі прискорення інноваційних процесів, які повинні забезпечити рентабельне використання нововведень у виді нових інформаційних технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру. Стратегічні цілі інформаційних технологій - забезпечити розвиток бізнесу, його керованість і якість, конкурентоспроможність, зниження вартості виконання бізнес-процесів. Багато підприємств готельного господарства покладають великі надії на автоматизацію своєї основної діяльності. Необхідність автоматизації робочого процесу виникає, в першу чергу, у тих фірм, які мають досить великі обороти і обсяги продажів. Таким компаніям потрібна оперативність і керованість, а вони, навпаки, стикаються зі зростанням різного роду рутинної діяльності. Вимагається, наскільки можливо, позбавити своїх співробітників від неї і більш ефективно їх використовувати. Крім того, керівництву фірми для прийняття стратегічно важливих рішень необхідно знати постійно, у точній цифровому вираженні, стан справ на нинішній момент. А для великого і середнього підприємства найбільш точну інформацію можна отримати лише за допомогою автоматизованих систем. Сучасні інформаційні системи, розроблені спеціально для готельних підприємств, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних повсякденних, специфічних для цього бізнесу

операцій. Визначальним фактором у ході автоматизації готельного підприємства є комплексний підхід, який визначається правильною організацією бізнес-процесів, сучасним високотехнологічним устаткуванням і надійністю контрольних функцій програмного забезпечення. Цей симбіоз забезпечує зростання прибутковості готелю, лояльність клієнтів закладу та захист інвестицій, вкладених у підприємство. Автоматизація підприємства ресторанного господарства в даний час є потребою і необхідністю, так як вона набагато спрощує процес роботи і допомагає звести до мінімуму збитки і зайві витрати. В результаті автоматизації підвищується якість сервісу і престиж закладу; забезпечується швидка обробка замовлень та обслуговування відвідувачів; поліпшується узгодженість і контроль за роботою персоналу; ведеться облік руху матеріальних цінностей і руху товарів; скорочуються тимчасові витрати на пошук і аналіз інформації. .

**Деякі готелі та готельні комплекси України мають добре організовану комплексну систему централізації та управління.**

**Комплексна система передбачає наявність трьох взаємопов'язаних підсистем:**

- ✓ диспетчеризації інженерного обладнання;
- ✓ оперативно-диспетчерського зв'язку;
- ✓ обліку і бронювання вільних місць.

Готельна індустрія використовує системи **PM3 (Property Management System)**, у той час як підприємства громадського харчування використовують системи **RMS (Restaurant Management Systems)**.

**Fidelio Front Office** - одна з найпопулярніших у світі систем автоматизації служби прийому і розміщення гостей. Програмний комплекс **Fidelio Front Office** здійснює взаємозв'язок практично всіх відділів готелю і дозволяє автоматизувати бронювання номерів (у тому числі приймати бронювання з міжнародних центрів бронювання готелів та Інтернету), реєстрацію розміщення і розрахунок гостей, управління номерним фондом, дозвіллям гостей, складання прогнозів роботи готелю на майбутнє.

Комплекс **Fidelio Front Office** забезпечує зв'язок майже з **500** різними системами, використовуваними в готелях, - телефонними станціями, ресторанными системами, системами контролю доступу, платного телебачення, міні-барів, авторизації кредитних карток, енергозабезпечення, централізованого бронювання і багатьма іншими.

**Система Hotel 2000** - це класична **front office** програма, яка здійснює автоматизацію основних готельних служб - бронювання, порт'є, касирів, покоївок тощо. Система забезпечує індивідуальне й групове бронювання номерного фонду, а також бронювання компаніями і туроператорами блоків номерів з відстеженням квот по кожній організації.

Система **Stock 2000** служить для ведення обліку складських запасів товарів (продуктів і напоїв) і їхнього руху по складу, надходження, продажу й списання товарів зі складів, калькуляції меню, а також формування необхідних первинних документів (накладні, рахунки й ін.).

Інформація відіграє важливу роль у процесі з'єднання постачальників послуг готельного господарства у єдину систему. Найважливішою особливістю готельного господарства є те, що взаємозв'язок між виробниками і постачальниками здійснюється не товаром, а потоками інформації.

### **Характеристика інформаційної інфраструктури.**

Вплив інформаційних технологій на управління готелем величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і готелю в цілому. Вони прямо впливають на конкурентоздатність на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнесів-процесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому. Інформаційно-технічна революція змінила характер і методи ведення бізнесу. Використання можливостей технічного обміну сьогодні дозволяє легше і швидше створювати і продавати пакети послуг споживачам, вирішувати завдання фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоздатність і кількість продажів. Для швидкого і безпомилкового контролю операцій повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування гостя у фронт-офісі, тобто для забезпечення високої економічної ефективності та високої якості послуг, неминучим і незамінним стає впровадження автоматизованих інформаційних систем управління. Інформаційні технології (**ІТ**) готельного управління з'явилися у світовій готельній індустрії давно - біля двадцяти п'яти років тому, і пройшли великий шлях розвитку. На українському ринку **ІТ** управління готелем присутні відносно недавно. Експерименти з впровадження даних систем в готелях України стали проводитися з середини **90-х років**. Кількість

впровадженень вимірюється в десятках, а їхня якість найчастіше є предметом суперечок, чуток, домислів і розчарувань по сьогоднішній день.

Єдиним путівником до наявності і якості продукту є інформація. Отже, забезпечення достовірною інформацією і швидкість її поширення є настільки ж важливим для виживання галузі готельного господарства, як і фактичне надання споживачам її послуг.

## **Тема 21: «Організація надання додаткових послуг у підприємствах готельного господарства».**

### **План лекції:**

- 1. Додаткові послуги, що надаються для проживаючих у готельних господарства.*
- 2. Організація проведення конференцій.*
- 3. Організація послуг перекладача.*
- 4. Організація транспортного обслуговування в готелі.*
- 5. Організація анімаційних послуг.*
- 6. Організація екскурсій для проживаючих.*
- 7. Організація роботи пунктів прокату туристичного спорядження.*

### **Характеристика додаткових послуг готель та готельного господарства.**

Крім обов'язкових і безкоштовних послуг, готелі надають цілий комплекс всіляких додаткових послуг, які оплачуються додатково.

Перелік додаткових послуг може доповнюватися, змінюватися і диференціюватися в залежності від розмірів готелю, його місця розташування та цільового призначення, рівня комфортабельності й інших причин. Найчастіше готелі пропонують своїм гостям скористатися послугами підприємств **харчування** (бару, ресторану, кафе, буфети, коктейль-бару, фітобара), продуктового та сувенірного магазинів, торгових **автоматів**.

Провести **вільний час і** відпочити можна на дискотеці, в казино, нічному клубі, залі ігрових автоматів, залі відеоігор, більярдною і кегельбанів. Для любителів активного відпочинку готелі пропонують скористатися послугами сауни, лазні, масажної, басейну (відкритим, критим і дитячим).

До подібних послуг також відносяться спортзали, дитячі майданчики, міні-гольф, тренажерний зал, майданчики для гольфу, баскетболу, волейболу, настільний теніс, теніс, конюшня, пляж на морському, озерному, річковому узбережжі, а також устаткування для водного і підводного видів спорту .

Можна також відвідати салон краси, перукарню, а також скористатися послугами медпункту, камери схову, сейфа в адміністрації і сейфа в номері, пункту обміну валюти, пункту замовлення квитків (на літак, потяг, автобус, таксі і т.д.), бюроподорожей та екскурсій, пункту прокату автомобілів, автостоянкою та паркуванням автомобілів, гаражем, чистять взуття.

**До послуг ділових людей надаються:**

- ✓ зал нарад;
- ✓ концертний зал;
- ✓ бізнес-центри;
- ✓ копіювальний апарат;
- ✓ Факс, місцевий та міжнародний телефон.

У номерах гостям пропонується додаткова посуд у номері, праска, телевізори, холодильники і т.д.

Перелік і якість надання платних додаткових послуг повинен відповідати вимогам присвоєної готелю категорії.

Для середніх і великих туркомплексів з середнім і високим рівнем комфортабельності характерна наявність величезного переліку додаткових послуг:

**1. Послуги організацій громадського харчування** (бар, ресторан, кафе, буфет, пивний бар);

**2. Магазини** (сувенірний, продуктовий), торговельні автомати;

**3. Інфраструктура розваг** (дискотека, казино, нічний клуб, зал ігрових автоматів, більярдна);

**4. Екскурсійне обслуговування, послуги гідів-перекладачів;**

**5. Організація продажу квитків в театри, цирк, на концерти і т.д.;**

**6. Транспортні послуги** (бронювання квитків на всі види транспорту, замовлення автотранспорту за заявкою гостей, виклик таксі, прокат автомобілів);

**7. Купівля і доставка квітів;**

**8. Продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;**

**9. Побутове обслуговування** (ремонт та чищення взуття, ремонт і прасування одягу; послуги хімчистки та пральні;

зберігання речей і цінностей; розвантаження, навантаження і доставка багажу в номер; прокат предметів культурно-побутового призначення - телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо; ремонт годин, побутової техніки, радіоапаратури; послуги перукарні, манікюрного і масажного кабінетів та інші побутові послуги);

**10. Послуги салону краси;**

**11. Сауна, лазня, басейни, тренажерний зал;**

**12. Оренда залів переговорів, конференц-залу;**

**13. Послуги бізнес-центру;**

**14. Інші послуги.**

Система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається в готельному господарстві сервісом.

**Сервіс** потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але і за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість вибирає). Але не можна нав'язувати послуги. Відповідно до **«Правил надання готельних послуг»** виконавець не має права без згоди споживача надавати додаткові послуги, що надаються за плату. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Перелік послуг залежить від категорії готелю. Не у всіх готелях є можливість організувати побутове обслуговування гостей та надавати їм повний перелік послуг. Проте всюди повинні прагнути до того, щоб набір послуг повністю відповідав запитам гостей.

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

Надаючи будь-які послуги, персонал повинен проявляти такт та коректність. При наданні послуг важливим є не тільки їх кількість, але і якість. Тому в багатьох готелях проживають при від'їзді просять заповнити невеликі анкети, які здаються разом з ключами в службу прийому і розміщення, а потім їх вивчають у службі реклами і маркетингу.

**Тема 22: «Організаційні форми обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при засобах розміщення.»**

**План лекції:**

1. Харчування для гостей готелю, у закладах ресторанного господарства, підприємств готельного господарства.
2. Основні види сніданків.
  - 2.1 Європейський сніданок;
  - 2.2 Американський сніданок;
  - 2.3 Розширений європейський сніданок;
  - 2.4 Сніданок зі шампанським;
  - 2.5 Пізній сніданок.
3. Форми обслуговування у ресторанному господарстві готельного господарства.

**Заклади ресторанного господарства можуть бути різних типів та форм обслуговування:**

- ✓ Ресторан;
- ✓ Кафе;
- ✓ Бар;
- ✓ Буфет;
- ✓ Їдальня;
- ✓ Закусочна.

**Ресторани** -можуть обслуговувати як організований контингент (мешканців готелю), так і неорганізований (широкі верстви населення міста та його гостей).Пропонують споживачам широкий спектр послуг. Заклади ресторанного господарства при готелі розташовують у різних місцях: нарізних поверхах споруди; на даху; у вигляді літнього внутрішнього подвір'я, зимового саду чи оранжереї (система замкненого простору) тощо.

**Основний метод обслуговування споживачів у ресторани – офіціантами. Застосовують такі форми методу обслуговування споживачів офіціантами:**

- ✓ індивідуальний;
- ✓ бригадний.

Наявність кафе при готелі не обов'язкова, але більшість готелів мають поряд з рестораном невелике кафе, завдяки якому розширюється асортимент десертних страв, напоїв та інших

виробів кулінарного та кондитерського спрямування; пропонують метод самообслуговування, що влаштовує споживачів, обмежених у часі на користування послугами закладів ресторанного господарства. Доволі часто в кафе застосовують метод обслуговування офіціантами. В окремих випадках кафе створюють для харчування персоналу готельного комплексу. Як правило, кафе розташовують на першому поверсі.

**Бар** – найпоширеніший тип закладів ресторанного господарства при готелі. Цей заклад надає можливість споживачам окрім споживання продукції на місці відпочити в затишному оточенні, послухати музику, розважитись. Залежно від місця розташування бари класифікують як вестибюльні (лоббі-бар), ресторани, допоміжні, бенкетні, при басейні, фітнес-центрі, сауні, міні-бари в номерах готелю та ін. Найчастіше бари розташовують в безпосередній близькості від ресторанів, іноді перед входами до залів. У деяких готелях один або кілька барів розташовані загальній гостинній готелю на першому поверсі. Цей бар можуть відвідувати як мешканці готелю, так й інші контингенти споживачів. Як правило, асортимент страв, що пропонується, обмежений і включає кілька складних бутербродів – асорті, незначну кількість холодних закусок, дві-три нескладні гарячі закуски; два-три види десерту; гарячі напої.

Перелік алкогольних та безалкогольних напоїв значно ширший і відображає концептуальність бару та алкогольну політику закладу ресторанного господарства готельного комплексу взагалі. Обслуговування здійснюють бармен за барною стійкою та офіціант у залі за столиками. На поверхах та даху багатоповерхової споруди також можуть бути розташовані **поверхові бари**. Для цього вибирають зручні для споживачів місця, часто змальованими краєвидами з вікон бару. Бари також розміщують у підвальних приміщеннях (спортивній, ігровій, оздоровчій зонах, аквазоні тощо).

**Буфети** – здійснюють продаж зі споживанням на місці обмеженого асортименту холодних страв, бутербродів, напоїв, булочних та кондитерських виробів, солодких страв нескладного приготування. Допускається продаж упакованої продукції на виніс, а також реалізація продовольчих товарів. У багатьох готелях працюють буфети, облаштовані електричним устаткуванням (електроплитами, кавоварками, яйце варками, сосисков варками, блендерами, електрочайниками тощо), холодильним (холодильниками, фризерами, охолоджувальними приладами, вітринами тощо) та ін.

**Зазвичай буфети розташовують на поверхах готелю і складаються вони з трьох приміщень:**

- ✓ Доготівельного;
- ✓ Для миття посуду тазали.

**Їдальні** -як заклади харчування найчастіше розташовують у структурі курортних готелів. Такі заклади призначені для приготування, реалізації та організації споживання на місці різними верствами населення сніданків, обідів, вечерь, відпускання їх додому. Обслуговування може бути як офіціантами, так і самообслуговування.

**Їдальню для персоналу закладу ресторанного господарства при готелі** найчастіше розташовують поряд з виробничими приміщеннями. У ній встановлюють лінії прилавків для самообслуговування. Для прискорення обслуговування споживачів доцільно здійснювати безготівковий розрахунок або розрахунок у кредит. У більшості їдалень при готелях впроваджують самообслуговування з подальшим розрахунком.

### **Тема 23: «Організація обслуговування споживачів готельних послуг закладами ресторанного господарства».**

#### **План лекції:**

1. Суть та психологія обслуговування у готельномку господарстві.
2. Процес підготовки залу для прийому їжі.
3. Організація та технологія обслуговування банкетів і прийомів.
4. Організація та технологія обслуговування у номерах готельних підприємств.

#### **Організація сніданку та його характеристика.**

**При обслуговуванні мешканців готелю їм можуть бути запропоновані такі умови харчування:**

- ✓ **повний пансіон** (триразове харчування: сніданок, обід, вечеря);
- ✓ **напівпансіон** (дворазове харчування: сніданок, вечеря чи інше);

✓ **одноразове харчування** (сніданок).

Окрім триразового харчування протягом дня може бути запропонований великий асортимент безкоштовних закусок, алкогольних та без алкогольних напоїв.

Особливу увагу в готелях приділяють організації сніданку. На відміну від обіду та вечері сніданок з амовляють майже всі мешканці готелю, тому що його вартість закладена у вартість проживання.

**Таблиця 1.7**

**Класифікація сніданків.**

Час проведення 5.00–11.00	Тип	Загально континентальний (європейський або континентальний) Національний або етнічний (англійський, французький, американський тощо)
	Час організації	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ранній</li> <li>• Пізній</li> </ul>
	Асортимент	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розширений</li> <li>• Умовно обмежений</li> <li>• Комплексний</li> </ul>
	Наявність алкогольних напоїв	<ul style="list-style-type: none"> <li>• З шампанським</li> <li>• З вином</li> <li>• Без алкогольних напоїв</li> </ul>
	Час приймання їжі	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прискорений</li> <li>• Експрес-сніданок</li> </ul>
	Термін функціонування	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сезонний</li> <li>• Місячний</li> </ul>
	Особливість раціону	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дієтичний</li> <li>• Вітамінний</li> </ul>
	Релігійні особливості	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вегетаріанський</li> <li>• Для мусульман</li> <li>• Для іудеїв</li> </ul>
	Вік	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дитячий</li> </ul>
	Особливість подавання	<ul style="list-style-type: none"> <li>• У залі</li> <li>• У номері готелю</li> </ul>

Існують різні варіанти сніданків, кожний з яких має відмітні особливості (табл. 1.12).

Таблиця 1.8

**Особливості різних видів сніданків.**

<b>Види продукції</b>	<b>Особливості</b>
<b>Континентальний тип.</b>	
Соки	<b>Плодові:</b> апельсиновий, грейпфрутовий, ананасовий. Овочеві соки: томатний, морквяний, з кислої капусти
Фрукти, ягоди	<b>Свіжі:</b> дині, банани, грейпфрути. Ягоди. Компоти зі слив, яблук, груш, персиків та ін.
Зерна, смажені в маслі	<b>Холодні:</b> кукурудзяні, вівсяні, пшеничні пластівці, рис, цукрова пудра. <b>Гарячі:</b> вівсяна та манна каші
Яйця та інші страви з яєць	Відварені яйця, зварені без шкаралупи (французький пашот), яєчня-бовтунка і випускна; печені яйця, натуральний омлет
Холодні страви	Біфштекс, сир
М'ясні страви	Сало до сніданку, шинка, ковбаски до сніданку, котлети з телятини і баранини, стейки
Рибні страви	Смажений оселедець, рибні палички, копчена пікша
Овочі та картопля	Картопля смажена, помідори у грілі, шампіньйони смажені
Комбіновані страви з яєць, м'яса, овочів та картоплі	Шинка з яйцем, сало з яйцем, збиті яйця із салом та шампіньйонами, збиті яйця з ковбасками, салом і помідорами, шматочки яєць вкруту на тостах із салом, омлет з лососем
Солодка випічка, вафлі, тости	Випічка або вафлі з кленовим сиропом, тости по-французьки (білий хліб, розм'якшений у молоці, смажений на грилі з додаванням цукру та кориці)
<b>Біо сніданок.</b>	

Соки	Натуральні соки-фреш зі свіжих овочів та фруктів
Фрукти	Свіжі та сушені

*Закінчення таб.1.8*

Види продукції	Особливості
Зернові та борошняні вироби	Вівсяна та манна каші, хлібці, хліб з висівками, вівсяний, з насіння льону, солодка випічка з відбірної пшениці
Горіхи	Різні види
Молочні продукти	Різні види молока і кисломолочних продуктів, вершкове масло, йогурт, кефір, творог, сир
Сиропа	З місцевих продуктів
Напої	Фруктовий чай
Кава	Натуральна або зі свіжомелених та смажених кавових зерен
Англійський	Подають без льодяної води напої: каву, чай з молоком або вершками. Фруктові соки. Тости. Вівсяна або манна каші. Рибні страви, а також комбіновані страви з яєць. Компоти. Мармелад (конфітюри із цитрусових), джем сливовий
Американський	Подають з льодяною водою напої: каву, фруктові та овочеві соки. Житній, білий хліб, хлібна скоринка з дріжджового тіста, смажені пиріжки або пончики, солодка випічка (торт з чорницею). Вівсяна або манна каша. М'ясні страви. Яєчня-випускна двох видів (жовток підсмажений або рідкий)
Австрійський	Перший: кава з вершками або молоком і булочка. Другий: холодні закуски (ковбаса, відварене м'ясо), гарячі страви (тушкована або запечена яловичина, обсмажена печінка), мінеральна вода, кава
Голландський	Кава, булочка з мармеладом або гарячий шоколад з печивом

Іспанський і португальський ранній	Кава, булочка і мармелад або гарячий шоколад з печивом
Іспанський і португальський пізній <b>(10.00–11.00)</b>	Овочі, рибні та яєчні страви
Італійський	Свіжі фрукти, міцна кава з молоком, тости, булочки з мармеладом, медом, маслом
Німецький ранній <b>(близько 6.00)</b>	Кава з молоком або вершками, булочки з мармеладом або джемом, бутерброди із сиром і маслом
Німецький пізній <b>(10.00–11.00)</b>	Холодні та гарячі закуски, перші та другі страви, десерт
Польський	Перший: чай, кава з молоком, булочка, мармелад, варення. Другий: холодні та гарячі закуски, десерт, кава, чай з молоком
Скандинавський	Рибні та м'ясні страви, хрумкі хлібці
Фінський	Гарячий напій з молоком
Швейцарський	Кава з молоком і булочка
Французький	Перший: дуже міцна кава з великою кількістю молока, масло, сир різних сортів, хліб, булочки, рогалики, круасани. Другий: страва з гарніром, фрукти, кава
Вегетаріанський	Спеціальні хлібобулочні вироби з борошна грубого помелу, вегетаріанський омлет з картоплею та запеченими томатами чи овочами, гарячі овочеві та фруктові страви, асортимент гарячих напоїв (кави, чаю, гарячого молока, гарячого шоколаду тощо) з медом, варенням, лимоном, свіжоприготовлені фруктові та овочеві соки, свіжі фрукти (яблуко, апельсин, банан, сезонний фрукт чи ягода)

Дієтичний	Такі самі страви, але за іншими методами кулінарного оброблення, у тому числі на парі. Додатково пропонують сухі сніданки: мюслі, корнфлейкс чи сіріелс зі знежиреним молоком або йогуртом. Серед напоїв стандартного асортименту пропонують також знежирене гаряче (холодне) молоко
Експрес-сніданок	Найчастіше при організації харчування в номерах готелю. Асортимент молочних та кисломолочних продуктів, свіжовипечених хлібобулочних виробів (круасани, плюшки, булочки, вироби з різними видами фаршу та без нього), фруктові страви та фрукти в асортименті, у тому числі сезонні, гарячі напої в асортименті з наповнювачами

У розрахунку вихід однієї порції становить **1/2** або **1/3** стандартної порції кожної страви з меню сніданку. У разі великого асортименту страв у меню сніданку вихідоднієї порції може становити **1/2** стандартної.

Для не мешканців готелю так само можуть бути запропоновані скомплектовані види харчування в певний проміжок часу в усіх типах закладів ресторанного господарства при готелі, доцільніше в закладах, розташованих не вище другого поверху будівлі. Таке меню повинно мати один або два варіанти комплекту сніданку з фіксованою ціною і бути орієнтоване на смаки, притаманні цьому виду приймання їжі постійному контингенту або який відвідує заклади не рідше як раз на тиждень.

Останнім часом у закладах ресторанного господарства при готелях поширена така послуга, як організація бранчу (від англ. **breakfast** – сніданок та **lunch** – другий сніданок, обід). У розумінні пересічного споживача **бранч** – дуже пізній сніданок, у меню якого можуть бути бульйони, пюре подібні супи або супи-креми. У розумінні менеджерів ресторанного бізнесу **бранч** – неподільний розширений варіант «шведської лінії» для всієї родини, яка мешкає в готелі або має намір прикрасити сімейну трапезу поза межами домівки.

**Бранч організують у певний час – з 11.00 до 13.00 і пізніше, в окремих випадках – з 12.00 до 16.00.**

**Організація бранчу має специфічні ознаки:**

- ✓ різноманітність пропонованих страв, у тому числі других гарячих;
- ✓ багато видів кулінарного оброблення, які використовують при виготовленні страв;
- ✓ до меню включають певний асортимент супів;
- ✓ іноді пропонують такі послуги: приготування окремих страв у присутності та на замовлення споживачів, приготування фламбованих страв, а також смажених на решітці, грилі тощо; при цьому обов'язково подають аперитив.

**Напої пропонують двох видів:**

- ✓ алкогольні – для дорослих;
- ✓ безалкогольні – сокової асортиментної лінії – для дітей;
- ✓ для дорослих також можлива альтернатива вибору напоїв.

Організація відпочинку включає розважальну програму не лише для батьків, а й для дітей. У деяких готельних комплексах дітей до певного віку (найчастіше до **6** років) обслуговують безкоштовно. Обслуговування здійснюють за допомогою кухарів-консультантів, офіціантів.

У зв'язку з розвитком туризму сніданки можуть пропонувати у вигляді **сухого пайка**, сформовані як індивідуально, так і для групи туристів, які виїждять на екскурсії до початку роботи виробництва і обслуговуючого персоналу.

**Сніданок сухим пайком** працівники сфери обслуговування готують напередодні ввечері. Напої подають у термосах (кожному гостю окремо), аби вони залишалися теплими. Термоси повинні бути підписані за видами напою (чай, кава тощо). Фруктові та овочеві соки, холодне молоко і збиті вершки готують у свіжому вигляді, термосах або спеціальному посуді у ваннах з льодом. Вершкове масло розкладають порціями, які упаковують індивідуально і зберігають у великих ємкостях з льодом. Хліб і печиво загортають у фольгу. Мармелад, мед, цукор також доцільно подавати в індивідуальній упаковці. Сніданки сухим пайком можуть приносити кожному гостю окремо до номера, проте найчастіше їх зберігають на столах або у спеціальному буфеті для сухих пайків.

**Сухий пайок формують у такому порядку:**

- посуд з льодом і плодовими соками разом зі стаканами;
- великі компотниці на мілкій тарілці з ложкою для розмішування, компотниці на тарілках для десерту із серветкою, ложками для компоту або десерту;

- одноразові (краще в упаковці) миски або тарілки для супу, мілкі тарілки і ложки;
- термосні чашки для кави, чаю, какао, шоколаду, молока (із зазначенням для якого саме напою), блюдця і кавові ложки (якщо не входять в упаковку);
- вершкове масло, мармелад, мед;
- хліб, печиво;
- шматочки лимону, упаковані у прозору фольгу і призначені для чаю;
- цукор і солодощі в чашках або мисках.

Формують сніданки на розносі та поверхах, наприклад, на візках .

**Сніданки на поверхи замовляють у багатьох готелях, найчастіше курортних, у такий спосіб.**

1. Телефонують до бюро обслуговування номерів, а у вечірній та нічний час – до порт'є. Порт'є записує замовлення у книгу, яку потім передає до бюро обслуговування номерів.

2. Записують на спеціальній дошці об'яв увечері або вночі страви, напої, які бажають отримати, їх кількість, час подання, номер і підписуються. Бланк замовлення порт'є знімає вранці з **6.00** до **6.30** і передає до центрального бюро обслуговування.

**Сніданок на поверхи подають різними способами:** на розносі; спеціальному столику на колесах для обслуговування номерів; столику спеціальної конструкції на колесах, нижня частина якого заїжджає під ліжко, а верхня залишається як рознос перед гостем, що перебуває в ліжку, отже, гість може снідати, не встаючи з ліжка; столику в номері.

## ***Тема 24: «Культура обслуговування у підприємствах готельного господарства».***

### ***План лекції:***

1. *Поняття культури обслуговування в готельному комплексі.*
2. *Культура поведінки працівників готелю.*
3. *Конфліктні ситуації у сфері гостинності.*
4. *Організація роботи телефонного зв'язку.*
5. *Стандарти телефонного спілкування у підприємствах готельного бізнесу.*

Термін «культура» у перекладі з латинської мови означає **«обробка, оброблення, удосконалювання, виховання, утворення»**. Культура як сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством упродовж його історії, характеризує ступінь розвитку тієї чи іншої сфери діяльності людини, її освіченість, вихованість, реалізацію творчих можливостей кожного члена суспільства. Розрізняють культуру матеріальну та духовну.

Функціонування підприємства готельного господарства неможливо без оволодіння теорією і практикою міжособистісної комунікації всього обслуговуючого персоналу. Культурні бар'єри існують не тільки на кожному робочому місці, але й у середовищі багато національних споживачів готельних послуг. Важливим завданням керівництва є створення відповідної корпоративної культури.

**Корпоративна культура** - це загальний стиль підприємства, розуміння його цінностей всіма працівниками.

Корпоративна культура виражається у тому, як працівники ставляться один до одного та до виконання своїх обов'язків. **Кожному підприємству властива культура, загальними принципами якої є:**

- ✓ об'єднання колективу навколо загальних цінностей;
- ✓ спільних завдань під час вирішення проблем і надання бездоганного сервісу та створення власного стилю у спілкуванні зі споживачами готельних послуг.
- ✓ Культура сервісу полягає у вмілому задоволенні потреб споживачів, тому важливим завданням індустрії гостинності є розробка та впровадження у практику загальноприйнятих форм і методів обслуговування.
- ✓ Культурі обслуговування потрібно приділяти постійну увагу, ні в якому разі це не повинно бути тенденцією тимчасовості та винятковості.

**Культура обслуговування** - це система цінностей і переконань, підтримуваних підприємством готельного господарства, яке реалізує ідею, що його головною метою є надання споживачу якісних послуг на основі визначених правил, процедур, системи заохочень і дій.

**Специфічні риси готельних послуг** - невіддільність від джерела й об'єкта послуги, еластичність, неможливість зберігання послуги, нерівномірність надання змушують мобілізувати колектив і виробничий потенціал підприємства готельного господарства з метою залучення максимальної

кількості споживачів і задоволення їхніх запитів. Без високого рівня обслуговування, культури, а також дотримання норм етикету це завдання виконати складно.

Система цінностей і переконань, що надає членам колективу підприємства розуміння його завдань і забезпечує їх правилами поведінки, обумовлює організаційну культуру. Кожен працівник підприємства є виразником цієї культури. Її вимоги викладені у правилах внутрішнього трудового розпорядку, посадових інструкціях, положеннях, наказах керівництва.

Значення культури обслуговування полягає у формуванні поведінки працівників і їхній відповідальності за наслідки діяльності для підприємства.

Висока культура обслуговування спонукає працівників у своїх діях орієнтуватися на споживача і є важливим аспектом сервісної економіки.

Отже, **культура сервісу** - це невід'ємна частина загальної культури суспільства, ступінь досконалості (рівень розвитку) процесу обслуговування споживачів у психологічному, етичному, естетичному організаційно-технологічному й інших характеристиках. Для них характерніший взаємозв'язок і взаємозалежність.

У практичній діяльності підприємств готельного господарства показник культури сервісу особливо важливий, тому що дає реальну можливість виявлення передових і відстаючих структурних підрозділів і визначення конкретних заходів для подальшого її підвищення.

Система управління якістю сервісу, орієнтована на клієнта вимагає особливого підходу до наймання, навчання, системи заохочень, методів задоволення скарг споживачів. Коли підприємство уповноважує працівників на самостійне вирішення проблем, з якими звертаються до них споживачі, це зумовлює делегування повноваження і відповідальності при прийнятті рішень різних керівників виконавцям.

Обслуговуючий персонал, не орієнтований на задоволення запитів споживачів, «не відчуває» їх, намагається перекласти відповідальність за обслуговування на інші служби чи інших працівників підприємства готельного господарства. Головний принцип управлінцеві якістю обслуговування і гарантії дотримання стандартів вимагає колективних зусиль для досягнення поставлених цілей. **Культура обслуговування** - це комплексне поняття про рівень фізичного та психологічного комфорту.

**Якість обслуговування** - це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби гостей; це динамічний показник, що постійно розвивається і удосконалюється.

**На формування якості обслуговування впливають зовнішні фактори** (державна політика в туристичній галузі, структура готельного господарства, науково - технічний прогрес у готельному господарстві, територіальний розподіл підприємств готельного господарства) та внутрішні (кадрова політика й управління кадрами, комплексна матеріально - технічна база готелю).

Принципи та елементи системи якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для забезпечення ефективності послуг, включаючи аналіз послуг, встановлює «**ДСТУ ISO 9004-2-96** Управління якістю та елементи системи якості, частина 2. Настанови щодо послуг». Цей стандарт поширюється на установи, організації, підприємства, в тому числі готельні, що діють на території України, незалежно від форм власності.

**На підприємствах готельного господарства якість послуг має свої особливості формування, а саме:**

- ✓ неправомірно ототожнювати якість обслуговування та якість послуг;
- ✓ послуги задовольняють конкретні потреби, а не абстрактні;

**Специфічні особливості якості послуг та якості продукції. Специфічними особливостями готельних послуг є:**

- ✓ споживання готельних послуг збігається з їх виробництвом;
- ✓ оцінити якість послуг можна лише в процесі споживання;
- ✓ готельні послуги не підлягають збереженню та накопиченню;
- ✓ надаючи готельні послуги, працівник готельного підприємства вступає в безпосередній контакт із споживачем;
- ✓ на відміну від товарного ринку, де товар "йде" до покупця, в готельному господарстві, навпаки, споживач "йде" до послуг готельного підприємства, тобто готельна послуга не підлягає транспортуванню;
- ✓ попит на готельні послуги коливається залежно від циклів життєдіяльності людей; так для готельного господарства характерні добові, тижневі, місячні, річні коливання попиту.

Підвищення якості обслуговування готельного господарства має важливе значення для самого готелю, споживача та

національної економіки. Надання якісних послуг сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростання престижу готелю.

Висока якість обслуговування гостя забезпечується колективними зусиллями співробітників усіх служб готельного господарства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду роботи, прогресивної техніки і технології, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.

Готельне господарство надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для співробітників має бути поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування без перешкод. Гордістю будь-якого готельного господарства є персонал, який здатний говорити різними мовами і справляти гарне враження на гостя рівнем своєї знань і гнучкістю спілкування.

У готелях класу "**1 зірка**" працівникам служб приймання-розміщення достатньо знати одну іноземну мову, як і в готелях категорії "**2 зірки**". У готелях категорії "**3 зірки**" увесь персонал мусить знати мінімум дві мови, для "**4 зірки**" так само, але на вищому рівні. А готелях категорії "**5 зірок**" усі працівники, які контактують з відвідувачами, мають знати три іноземні мови. Недостатнє володіння однією або й двома (трьома) мовами є основною причиною порушення культури, а часом і етикету мовлення.

Метою обслуговування персоналу є створення відкритої атмосфери, так звертаючись до гостя по імені можна домогтися його прихильності. Гості та співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі та довірі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно створювати такі умови, щоб кожний гість міг звернутися до будь-якого співробітника готельного господарства зі своїми проблемами й турботами і його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно проявляти турботу про гостя.

**Культура поведінки співробітника готельного господарства містить у собі всі складові зовнішньої і внутрішньої культури, а саме:**

- ✓ правила стосунків і звертання;
- ✓ уміння правильно виразити свої думки;

- ✓ дотримуватися мовного етикету.

Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи і колективу. Для працівників готельного господарства дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини.

**Тактовна поведінка співробітників готельного господарства складається з ряду факторів:**

**Головний з них** - не помічати помилки і недоліки у поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої зацікавленості до їх одягу, звичаїв, традицій тощо.

Не можна задавати непотрібних запитань, розповідати про свої справи, виявляти настирливість. Не можна показувати своє негативне ставлення до гостя, робити непотрібні зауваження, читати мораль, висловлювати різні претензії, розпитувати про їхнє особисте життя. Працівникам готельного господарства необхідно вести себе тактовно і відносно відвідувачів гостей - не можна розпитувати про їх мету візиту, а також заходити в номер без їх дозволу.

Тактовність виявляється і в увазі до гостя у випадку, коли гість занедужав, наприклад, допомогти йому у придбанні ліків, зателефонувати тощо. Особливо уважним і тактовним треба бути до людей похилого віку, пробачити їхні вади - адже вони часто неуважні, забудькуваті і вразливі

**Нетактовність проявляється по-різному.** Вона дивна і всюдисуща. Нетактовно поводить той, хто із шумом входить в приміщення. Позбавлений такту і той, хто все засуджує, завжди бурчить і всім незадоволений.

**Крайня нетактовність** - відвертий прояв надмірної цікавості.

**Гідність і скромність** - обов'язкові для працівників готельного господарства готельного господарства риси характеру.

Культура поведінки і спілкування пов'язані з поняттям "**культури мови**". Співробітник готельного господарства має вміти грамотно, чітко висловлювати свої думки. За культурою мови, як і за тоном, необхідно стежити постійно. Культура мовного етикету вимагає не лише уміння говорити, але й уміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявляти при цьому щире співчуття - мистецтво.

У вестибюлі готельного господарства повинні бути створені необхідні умови для зустрічей гостей та відпочинку. Готелі зобов'язані мати широку інформацію про наявність,

розташування і режим роботи, рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти і служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із вказівкою найменування служб і часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

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

## **Тема 25: «Організація матеріально-технічного постачання у підприємствах готельного господарства».**

### **План лекції:**

1. Організація матеріально-технічного постачання в готельному господарстві.
2. Порядок формування господарчих зв'язків.
3. Система організації продовольчого постачання.
4. Методи розрахунку потреби в матеріально-технічних засобах.

Для успішної роботи готельного підприємства, надання комплексу основних і додаткових послуг споживачам, суб'єкти господарювання повинні бути забезпечені необхідним для експлуатації устаткуванням та інвентарем, меблями, білизною тощо, а також мати у своєму розпорядженні такі засоби експлуатації, які обов'язкові для інженерного обслуговування підприємства готельного господарства (опалення, освітлення, водопостачання).

Для ефективного вирішення цих питань організовують допоміжні служби, цехи й обслуговуючі підрозділи, які створюють службу матеріально-технічного забезпечення у готельних підприємствах.

### **Основне завдання цих служб полягає у:**

- ✓ визначенні потреби підприємства в матеріальних і технічних ресурсах;
- ✓ пошуку можливостей покриття визначених потреб;

- ✓ здійсненні контролю за правильним використанням матеріально-технічних ресурсів;
- ✓ забезпеченні економного використання матеріально-технічних ресурсів.

Раціональна організації роботи допоміжних служб та економне використання ресурсів потребують здійснення розрахунків щодо потреби в необхідних ресурсах.

### **Необхідність планування ресурсів обумовлена:**

- ✓ великою кількістю конкурентів на ринку готельних послуг;
- ✓ різноманітністю можливих форм взаємодії з постачальниками та підприємствами-посередниками;
- ✓ вимогами науково-технічного прогресу (оперативно враховувати й освоювати новітні досягнення науки і техніки).
- ✓ Це вимагає від працівників, які відповідають за постачання різних видів ресурсів, уважно вивчати якісні характеристики продукції, виготовленої різними постачальниками, та умови їх постачання.

### **Планування матеріально-технічного забезпечення (постачання) підприємств готельного господарства повинне:**

- ✓ забезпечити безперервність роботи готельного підприємства, що досягається шляхом правильної організації постачання необхідних ресурсів до готелю у необхідній кількості та відповідної якості;
- ✓ сприяти підвищенню технічного рівня виробництва послуг, впровадженню автоматизації, нових технологій, а також розширенню асортименту додаткових послуг, що, є найважливішим чинником збільшення прибутку підприємства готельного господарства;
- ✓ поліпшувати якість обслуговування шляхом закупівлі товарів висо- кої якості;
- ✓ підвищувати продуктивність праці персоналу та забезпечувати економне використання матеріальних ресурсів.

Планування матеріально-технічного постачання підприємств готельного господарства розробляється бухгалтерією та плановим відділом підприємства.

**Перед персоналом, який відповідає за цей напрям роботи, постають такі завдання:**

- ✓ організація контролю над постачанням в обсязі й асортименті відповідно до укладених договорів;
- ✓ дотримання нормативу та структури товарних запасів;
- ✓ здійснення заходів щодо зниження товарних втрат при збереженні та транспортуванні;
- ✓ розробка плану матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) готельного підприємства.

План МТЗ готельного підприємства є його матеріальним балансом, у якому зведені всі розрахунки потреби в матеріальних ресурсах, необхідних для забезпечення виробничого процесу (видаткова частина), наявність залишків на планований період, а також визначені джерела постачання (прибуткова частина).

**Основні показники плану МТЗ, а також зв'язок між ними можна відобразити такою формулою:**

$$\mathbf{P_{mp} + Z_{nor} - Z_{och} + E + Ц (9-1),}$$

де **P<sub>mp</sub>** - потреба в матеріальних ресурсах;

**Z<sub>nor</sub>** - запаси нормовані;

**Z<sub>och</sub>** - залишки очікувані, тобто фактичні запаси, що існують у готельному підприємстві на певний період;

**E** - зекономлені ресурси;

**Ц** - кількість матеріальних ресурсів, запланованих до введення.

У лівій частині рівняння відображається загальна в матеріальних ресурсах, у правій його частині - джерела покриття цієї потреби.

**Процес розробки плану МТЗ містить такі етапи:**

- розрахунок виробничих та експлуатаційних потреб;
- розрахунок норми запасів ресурсів, необхідних для безпеки та надійного функціонування готельного підприємства, з урахуванням існуючих потреб;
- визначення джерел покриття потреби в матеріальних ресурсах;
- розробка плану експлуатації ресурсів.

Зведений план матеріально-технічного постачання, що враховує загальну потребу в матеріалах для всіх потреб готельного підприємства, в тому числі створення запасів, а також джерела покриття потреби підприємства в матеріалах, доцільно формувати у вигляді таблиці.

**Таблиця 1.9**

Перелік матеріалів та устаткування	Одиниця виміру	Очікуваний залишок на початок планового періоду	Потреби в плановому періоді	Запаси в запланованому періоді на кінець року	Підлягає придбанню на запланований період	Джерело постачання	Вартість	Сума, тис.грн
Всього на рік	У т. ч. щоквартально			Всього	Щоквартально			
	<b>CS</b>	<b>ГО</b>					-	<b>N</b>

Методика розрахунку потреби матеріальних ресурсів для підприємства готельного господарства.

Одним із найбільш відповідальних етапів розробки плану **МТЗ** підприємства готельного господарства є визначення потреби в матеріальних ресурсах на майбутній плановий період. Розрахунки потреби в матеріальних ресурсах здійснюють на основі частки витрат.

Частка витрат матеріалів, палива, води - це максимально допустимі витрати на одиницю виміру. Залежно від видів і призначення матеріальних ресурсів за одиницю виміру приймають одиницю продукції (послуг), потужності об'єкта, площі будинку. Частина матеріальних ресурсів, використовуваних в експлуатаційній діяльності готельного підприємства, не піддається точному нормуванню через різноманітність їхніх видів і використання в незначних кількостях, зокрема, експлуатаційних матеріалів. Для планування керуються даними про фактичні витрати за попередній період, а також враховують фактори, що сприяють

зменшенню витрат і зниженню їх вартості за рахунок використання нових, більш ефективних матеріалів.

**Загальні потреби підприємства готельного господарства в матеріальних ресурсах на виробничо-експлуатаційні потреби розраховують за такою формулою:**

$$\text{Рекс. д} = \text{Роси} + \text{Рдп} + \text{Рреп} + \text{Ркап.рем},$$

де **Рекс. д** - потреби експлуатаційно-виробничої діяльності готельного підприємства. До них належать матеріальні ресурси, необхідні для надання готельним підприємством комплексу основних послуг споживачам (меблі, електроосвітлювальні прилади, килимові покриття, постільні набори, посуд, мийні засоби, предмети гостинності тощо).

**Рдп** - потреби допоміжних підрозділів готельного підприємства. До них належать перукарня, косметичний кабінет, басейн, сауна тощо.

**Рреп** - потреба в матеріальних ресурсах на ремонтно-експлуатаційні роботи, воді, будівельних матеріалах, запасних частинах і електроенергії.

**Ркап.рем.** - потреба в матеріалах для здійснення капітального ремонту (якщо в цьому є необхідність).

Існує декілька методик розрахунку потреб підприємства готельного господарства в матеріальних ресурсах.

#### **Метод прямого розрахунку.**

Застосовуючи цей метод, потребу в матеріально-технічних ресурсах розраховують на підставі часткових витрат матеріалів на одиницю експлуатаційних послуг.

**Розрахунок здійснюють за формулою:**

$$\text{fe Pi} = \text{Шi B},$$

де **Pi** - потреба в тому матеріалі;

**fe Ni** - норма витрати того ресурсу на надання одиниці послуги;

**L. B**-обсяг реалізованих послуг.

Розглянемо розрахунок потреби матеріалів, палива, води й електроенергії на основі методу прямого розрахунку.

У готельних підприємствах паливо витрачають на опалення.

Приміщення і для забезпечення гарячого водопостачання. Його витрати обчислюють з урахуванням зовнішньої площі

будівлі готельного підприємства і встановленої норми витрат **на 1 м будинку за формулою:**

$$L P = H O,$$

її-де **LP** - норма витрати умовного палива на **1 м<sup>3</sup>** будинку на опалю- р вальний сезон для певної місцевості;

**HO** - площа будинку за зовнішнім обмірюванням, в метрах.

Потребу готельного підприємства в електроенергії для обладнання визначають так само, як і в освітлювальній з огляду на те, що об'єктом розрахунку є встановлене обладнання і його потужність. Потребу в електроенергії для роботи електроприладів (пилососів, прасок, фенів, телевізорів, комп'ютерів тощо) розраховують з урахуванням тривалості користування ними і норм витрат електроенергії для їх роботи.

Вартість електроенергії визначають шляхом множення кількості освітлювальної і силової електроенергії на запланований період в кіловат-годинах на діючий тариф.

Часткові витрати допоміжних матеріалів (мило, пральний порошок, паста, щітки) визначають у кожному підприємстві готельного господарства окремо, на підставі фактичних витрат у попередньому періоді з урахуванням їх можливого зниження. Норми встановлюють на одиницю виконаних послуг і розраховують потребу в допоміжних матеріалах на запланований період. Для більш правильного визначення потреб у допоміжних матеріалах доцільно аналізувати дані про витрати за ряд років, що дозволяє виявити можливі резерви економії допоміжних матеріалів.

Економія і раціональне використання матеріальних ресурсів з істотних факторів підвищення прибутковості готельного підприємства. Головними джерелами економії, застосування яких дозволяє зменшити витрати енергоресурсів, таких як вода й електроенергія, є застосування нових технологій щодо їх використання.

### **До ресурсозберігаючих технологій належать:**

Система освітлення із застосуванням елементів, які реагують на рух. Якщо встановити таку систему в коридорах на поверхах, де розташовані номери, можна значно економити електроенергію, оскільки коридори повинні бути освітленими цілодобово, незважаючи на те, чи проживають у номерах на поверсі, чи не проживають;

- ✓ крани з фотоелементами у ванних кімнатах діють за тим самим принципом;
- ✓ система автоматичного вимкнення світла в номерах - світло гасне впродовж 1 хвилини після того, як мешканець виходить з номера.
- ✓ Для забезпечення нормальної роботи підприємства готельного господарства повинні мати в наявності матеріальні ресурси не тільки кількості, необхідній для повсякденних потреб господарської більшості, але і володіти їх певним запасом. У зв'язку з цим у плани імперіального постачання поряд із розрахунками поточних потреб геріальних ресурсів враховують також розмір необхідних запасів і залишків на початок і кінець запланованого періоду.

**Запас матеріалів, що знаходиться на підприємстві, складається з трьох частин:**

- ✓ поточного запасу, за рахунок якого досягається безперебійне забезпечення матеріалами в період між черговими постачаннями;
- ✓ гарантійного (страхового) запасу, створюваного на готельному підприємстві на випадок порушення нормальних термінів постачання;
- ✓ підготовчого запасу, що створюється на період розвантаження матеріалів, їх прийому, підготовки до споживання.

**Загальний запас ресурсів визначається як сума поточного, страхового та підготовчого запасів:**

$$\text{Ззаг} = \text{Зпот} + \text{Зстр} + \text{Зпідг}$$

**З метою визначення розміру поточного запасу всі матеріали індифікують на чотири групи:**

- ✓ матеріали, які постійно та систематично споживають у значних кількостях і які одержують транзитом, із середньомісячним споживанням, що перевищує замовлену або транзитну норму, внаслідок чого виникає необхідність у регулярних великих постачаннях;
- ✓ постачання матеріалів, які одержують транзитом, здійснюють один раз на квартал, півріччя або рік і вони надходять впродовж місяця;

- ✓ матеріали, отримані транзитним методом постачання, середньомісячна витрата яких менша замовленої або транзитної норми;
- ✓ матеріали, одержувані зі збутових і оптових баз.

**Для кожної з цих груп по-різному визначають інтервал між двома постачаннями.**

Для матеріалів, віднесених до першої групи, інтервал установлюють на основі типових договірних термінів постачання за минулий період з урахуванням запланованих змін в організації постачання.

Для матеріалів другої групи інтервали постачань визначають, враховуючи умови роботи постачальників впродовж **90, 180, навіть 360** днів.

Для матеріалів третьої групи інтервал постачання визначається розподілом їхньої транзитної норми на середньодобову потребу в матеріалах.

Для матеріалів четвертої групи інтервал постачання визначають доцільним розміром партії матеріалів, які доставляють готельному підприємству.

У першому випадку середній залишок матеріалів дорівнює половині терміну постачання, і коефіцієнт затримки матеріалів у запасі **Ks** буде становити **0,5**.

У другому випадку середній запас залежить від термінів споживання матеріалів. Якщо періодичність споживання матеріалів визначена в **10** днів, рівними частками, то коефіцієнт затримки матеріалів у запасі становитиме:

$$10 \text{ днів} \cdot 0,33 \text{ потреби} + 20 \text{ днів} \cdot 0,33 \text{ потреби} + 30 \text{ дні}$$

**Тема 26: «Організація санітарно-технічного та інженерного-технічного обслуговування у підприємствах готельного господарства».**

**План лекції:**

1. Характеристика санітарного стану в підприємствах готельного господарства.
2. Облік витрат води, та шляхи її економії.
3. Схеми систем опалення та шляхи його економії.

4. Система вентиляції в підприємствах готельного господарства.
5. Обладнання сміттєпроводу.
6. Засоби внутрішнього зв'язку.

Основним призначенням санітарно-технічної та інженерно-технічної служб підприємства готельного господарства є створення та підтримка умов для безперервного функціонування будівель та обладнання готельного підприємства, своєчасне проведення всіх видів налаштування та профілактичних заходів з метою запобігання збоїв у роботі всіх служб підприємства.

Розвиток науково-технічного прогресу, поява нових методів і норм обслуговування, поліпшення рівня сервісу, кількість та якість додаткових послуг, застосування автоматизованих систем управління і функціонування підприємств готельного господарства значно підвищили роль інженерно-технічних служб на підприємствах готельного господарства і вимог, що висуваються до їхнього функціонування. Однією з головних вимог стала необхідність підвищення кваліфікації персоналу інженерно-технічних служб.

Все це обумовило необхідність досягнення інженерно-технічною службою якісно нового функціонального рівня - забезпечення безперервного та якісного функціонування всіх служб підприємства.

У процесі обслуговування на підприємствах готельного господарства належну увагу слід приділяти забезпеченню безпеки життя і здоров'я споживачів готельних послуг, збереження їхнього майна.

Система безпеки складається з пульта управління, з якого здійснюють спостереження за об'єктами, і відеокамер, які встановлюють при вході в готельне підприємство, вестибюлі, у коридорах.

Система має спеціальний канал для підключення до іншого охоронного устаткування: протипожежної системи, системи водо і електропостачання, охоронно-пожежної сигналізації.

Управління і контроль за електричним освітленням місць загального користування, роботою вентиляційних систем, системи пожежної сигналізації, радіотрансляційної мережі й інших інженерних систем повинні зосереджуватись в диспетчерській службі інженерного устаткування.

При наданні основних і додаткових послуг слід забезпечити безпеку життєдіяльності споживачів готельних послуг як у звичайних умовах, так і в надзвичайних ситуаціях.

Готельне підприємство відповідає за збереження речей споживача, несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю і майну споживача під час надання послуг, а також компенсує моральну шкоду, завдану споживачу внаслідок порушенням його прав.

**Шкідливі фактори в готельному господарстві можуть бути класифіковані в такий спосіб:**

- ✓ вплив навколишнього середовища;
- ✓ пожежонебезпека;
- ✓ радіоактивні та токсичні речовини і матеріали, що просочились із пошкоджених апаратів і установок;
- ✓ електричний струм, що виник у результаті високої напруги на струмопроводці конструкцій, апаратів, агрегатів;
- ✓ небезпечні фактори вибуху внаслідок пожежі;
- ✓ вогнегасники.

На підприємства готельного господарства слід передбачити аварійні виходи, сходи, добре помітні інформаційні покажчики для забезпечення вільної орієнтації у просторі в надзвичайних ситуаціях. Усі запасні виходи та маршрути евакуації клієнтів потрібно чітко позначити, а в кожному номері та в усіх громадських місцях повинна бути наочна інформація про запасні виходи, маршрути евакуації і найближчі системи пожежної сигналізації.

У засобах розміщення слід вивішувати в доступному для огляду місці плани евакуації у випадку надзвичайних ситуацій (стихійних лих, пожеж тощо), в яких має бути зазначена взаємодія з місцевими органами управління, що беруть участь у рятувальних роботах.

Підприємства готельного господарства оснащують системами протипожежного захисту, оповіщення та засобами захисту від пожежі.

Санітарно-технічне, технологічне й інше устаткування, прилади, меблі й інвентар повинні відповідати вимогам нормативних документів і експлуатуватися з дотриманням цих вимог.

Біологічні фактори (патогенні мікроорганізми та продукти їхньої життєдіяльності, мікроорганізми, а також небезпечні комахи та тварини, що є переносниками інфекційних захворювань, які спричиняють алергічні й інші токсичні реакції).

### **Вплив цих факторів ризику на споживачів готельних послуг запобігається:**

- дотриманням встановлених санітарних норм і правил обслуговування;
- застосуванням устаткування і препаратів для дезінфекції, дезінсекції, стерилізації, дератизації, автоматизації виробничих процесів;
- використанням знаків безпеки та необхідного маркування на предметах оснащення і спорудженнях, які використовують під час обслуговування споживачів (посуд, кухонний інвентар);
- проведенням попередніх і періодичних медичних оглядів обслуговуючого персоналу.

### **У засобах розміщення повинні дотримуватися санітарно-гігієнічних і протиепідеміологічних правил і норм стосовно:**

- санітарно-технічного устаткування й інвентарю;
- території, місць загального користування, приміщень будинків пляжів і різних споруджень для туристів;
- обробки (прання, прасування, збереження тощо) білизни.

Питна вода повинна відповідати епідеміологічним нормам і державним стандартам. У разі відсутності гарантії якості питної води слід приміщення обладнати спеціальними установками з обробки води.

### ***Тема 27: «Особливості організації праці у підприємствах готельного господарства».***

#### ***План лекції:***

- 1. Система управління персоналом готельного підприємства.*
- 2. Функції управління персоналом.*
- 3. Вимоги до персоналу готелю.*
- 4. Характеристика формування посадових інструкцій та контрактів з працівниками готелю.*
- 5. Фотографія робочого часу.*
- 6. Методи визначення робочого часу.*
- 7. Продуктивність праці.*
- 8. Методи визначення чисельності працівників.*

Послуги, які реалізують підприємства готельного господарства, обумовлюють безперервний графік й особливу організацію роботи працівників підприємства і, насамперед, обслуговуючого персоналу.

Процес обслуговування вимагає такої організації праці, при якій забезпечуються максимальні зручності для споживачів готельних послуг і високий рівень культури обслуговування.

Чисельність персоналу, який належить до контактної зони, залежить не від обсягу реалізованих послуг, а від місткості підприємства готельного господарства.

На підприємствах готельного господарства для персоналу контактної зони тривалість робочого дня не нормована. Для цієї категорії працівників використовується підсумовування обліку робочого часу.

Роботу організують за графіком у дві-три зміни з перервою на одну або дві доби.

Основні функціональні обов'язки персоналу підприємств готель-господарства викладені у відповідних типових положеннях й конструкціях. У цих документах визначені права й обов'язки працівників наголошено, що належне виконання вимог споживачів готельних послуг і повне задоволення їхніх потреб є основним обов'язком персоналу готелю. У зв'язку з цим робота персоналу підприємств готельного господарства вимагає чіткості та високої організованості.

У роботі готельних підприємств використовують ручну й механізовану працю. Використання різного виду електричного та механічного обладнання значно полегшує працю персоналу та відповідно підвищує її продуктивність.

### **Для виконання операційних функцій активно впроваджують різні форми організації праці:**

Зокрема в готельних підприємствах застосовують колективний бригадний метод роботи покоївок, прибиральниць, ремонтників мість індивідуального закріплення за окремим працівником комплексу робіт. Зазначений метод істотно підвищує якість виконуваних робіт. Колектив бригади відповідає за санітарно-технічний стан усього поверху. У деяких засобах розміщення обслуговуючий персонал суміщає суміжні професії.

Праця обслуговуючого персоналу підприємств готельного господарства відрізняється великим діапазоном виконуваних функцій, тому його чисельність визначають на основі штатних нормативів, які, і є будь-які технічні нормативи, не є постійними.

Поліпшення умов праці та її більш раціональна організація, механізація роботи на багатьох ділянках, удосконалення методів обслуговування створюють виключно люди. Людський фактор є дуже важливий і організації праці готельного господарства.

#### **4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТЕМИ ДЛЯ НАПИСАННЯ РЕФЕРАТІВ:**

1. Особливості організації обслуговування поселення іноземних туристів у готелях України.
2. Організація бронювання поселення в підприємствах готельного господарства.
3. Організація обслуговування гостей службою бронювання та розміщення в підприємствах готельного господарства.
4. Вплив кольовір на інтер'єр готелю.
5. Види готелів та рівень надання послуг гостям.
6. Технологія розміщення великих туристичних груп.
7. Організація банкетів в підприємствах готельного господарства.
8. Роль додаткових платних послуг в підприємствах готельного господарства.
9. Взаємопов'язаність між функціонуванням певних служб підприємств готельного господарства.
10. Готельні господарства, як складова розвитку туризму в Україні.
11. Історія початку розвитку готельних господарств в Європі.
12. Історія розвитку готельних господарств в США.
13. Спільні та відмінні характеристики розвитку готельного господарства в США та Європі.
14. Етапи інтенсивного розвитку готельного господарства в Україні.
15. Роль розвитку готельного господарства для функціонування туризму загалом.
16. Готельні господарства, як складова туризму.
17. Організація праці в підприємствах готельного господарства.
18. Якісне обслуговування в підприємствах готельного господарства – як запорука успіху, та отримання бажаного доходу.
19. Прилеглі території готельного господарства, як складова готельного комплексу.
20. Архітектурні рішення в будівництві готельних комплексів в Україні.

## ТЕСТИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ:

### **1. Готельні послуги поділяються на:**

- a. Основні і додадкові;
- b. Основні і допоміжні;
- c. Платні і безкоштовні;
- d. Послуги розміщення і харчування.

### **2. У будь-якому засобі розміщення виділяють такі основні підрозділи:**

- a. Адміністрацію;
- b. Рецепцію;
- c. Службу управління номерним фондом;
- d. Харчування
- e. Туристичні і транспортні;
- f. Інженерно – технічну службу;
- g. Фінансові служби;
- h. Допоміжні і другорядні служби.

### **3. Середовище гостинності визначається поєднанням таких чинників:**

- a. Зовнішніх і внутрішніх;
- b. Зовнішніх і спеціалізованих;
- c. Економічних і політичних;
- d. Спеціалізованих і неспеціалізованих.

### **4. До зовнішніх чинників, що впливають на середовище гостинності відносяться:**

- a. Економічні;
- b. Природні;
- c. Політичні;
- d. Культурні;
- e. Біосоціальні;
- f. Соціальні;

### **5. Роком народження професії гостинності у США вважають:**

- a. 1956;
- b. 1945;
- c. 1986;
- d. 2000.

### **6. На Близькому Сході, в Азії та Закавказзі першими закладами розміщення були:**

- a. Ями;
- b. Таверни;
- c. Караван-сараї;
- d. Заїжджі двори.

**7.Хто сприяв розвитку готельної справи в Європі у VIII-IXст.?**

- a. Карл Великий;
- b. Генріх IX;
- c. Петро I;
- d. Папа Клемент VIII.

**8.У руських містах в період Середньовіччя були поширені:**

- a. Поштові станції;
- b. Каретні двори;
- c. Корчми;
- d. Гостинні двори.

**9.Одним із перших комфортабельних готелів у Європі став готель, збудований у м.Нант у 1978році. Це був:**

- a. «готель Генріх VI»;
- b. «Савой»;
- c. «Moris»;
- d. «Tremont House».

**10.Міжнародна спілка власників готелів була організована у :**

- a. 1906;
- b. 1900;
- c. 1890;
- d. 1910.

**11.Першим готельним ланцюгом світу вважають:**

- a. Cesar Ritz;
- b. Mariot hotels;
- c. Accor;
- d. Holiday hospitality.

**12. На початку XIX ст..центром розвитку туризму будівництва готелів став:**

- a. Львів;
- b. Київ;
- c. Харків;
- d. Луцьк.

**13. Один із найбільших і найпопулярніших готелів Києва у XIX ст.вважається:**

- a. «Зелений готель»;
- b. « Готель- савой»;
- c. «Європейський готель»;
- d. «Гранд- готель».

**14.За визначенням ВТО, засіб розміщення – це будьякий об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам :**

- a. Місце для ночівлі;
- b. Місце для проживання;
- c. Місце для перебування;
- d. Місце для відпочинку.

**15. Засіб розміщення, призначений для туристів, які подорожують автотранспортом, це-:**

- a. Транзитний готель;
- b. Готель цільового призначення;
- c. Спеціальний готель;
- d. Мотель;
- e. Ротель;
- f. Кемпінг.

**16. Ротель –це засіб розміщення, призначений для тих, хто подорожує....**

- a. Автомобілем;
- b. Плавзасобом;
- c. Літаком;
- d. Автомобілем і трейлером;
- e. Мотоциклом чи велосипедом.

**17. Сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами – це:**

- a. Котеджі;
- b. Флотелі;
- c. Бунгало;
- d. Шале;
- e. Пансіони.

**18. Країни де має офіційної системи класифікації готелів, належать :**

- a. Україна;
- b. США;
- c. Росія;
- d. Японія;
- e. Великобританія;
- f. Франція

**19. У Греції при класифікації готелів використовують:**

- a. Бальну систему (100,200,300,400,500 балів);
- b. Буквену систему (А,В,С,Д);
- c. Зіркову систему (1\*,2\*,3\*,4\*,5\*);
- d. Систему розрядів (I, II, III, IV, V);
- e. Систему корон.

**20. На фасадах англійських готелів зображають не зірки а?**

- a. Напівсонце;

- b. Корони;
- c. Піраміди;
- d. Сніжинки.

**21. Найбільшу частину у складі основних фондів готельного господарства займають:**

- a. Автотранспортні засоби;
- b. Будівлі і споруди;
- c. Машини і обладнання;
- d. Меблі і інвентар.

**22. За формами власності основні фонди поділяються на:**

- a. Виробничі і невиробничі основні фонди;
- b. Пасивні та активні;
- c. Первинні та вторинні;
- d. Державні та приватні.

**23. Для якої форми плану житлової частини готелю притаманні різноманітні криволінійні форми («трилисники», «хрестовини» тощо)?**

- a. Прямокутної;
- b. Атріумної;
- c. Компактної;
- d. Ускладненої.

**24. Двомісні номери з двома окремими ліжками позначаються у міжнародній практиці символом:**

- a. SGL –single;
- b. TWIN;
- c. DBL;
- d. TRP- triple.

**25. Сучасні стандарти передбачають дотримання мінімальної площі в одномісному номері....., а в двомісному ...?**

- a. Не менше 14м; не менше 18м;
- b. Не менше 10м; не менше 15м;
- c. Не менше 12м; не менше 16м

## ГЛОСАРІЙ

**Агентські (конфіденційні) тарифи** - ціни на готельні послуги, запропоновані для реалізації турагенту та виражені у вигляді відсоткових знижок від опублікованих тарифів.

**Агрозотель** - готель, розташований на території фермерського (сільського) господарства, має умови для заняття сільськогосподарською діяльністю під час відпочинку.

**Акватель** - корабель, який вилучено з експлуатації як транспортний засіб і знаходиться на стаціонарній стоянці та використовується як готель.

**Американський план** - метод розрахунку оплати за номер у готельному комплексі, коли у вартість враховується послуга з надання кімнати та 3-разове харчування (пансіон) або 2-разове (сніданок + обід або сніданок + вечеря) - напів-пансіон.

**Американський сніданок** - різновид англійського сніданку, тобто повний сніданок, який зазвичай складається з фруктового соку, кави або чаю, булочки з маслом, джему, тостів та гарячої страви (вівсяної каші, яєчні з шинкою та іншого).

**Англійський сніданок** - набір страв, який включає, на відміну від легкого континентального сніданку, повний набір страв, що пропонуються мандрівникам у ранковий час у готелях, ресторанах, кафе; зазвичай складається з фруктового соку, чаю або кави, булочки з маслом, джему, грінок та гарячої страви (вівсяної каші, бекону, яєчні, сосиски).

**Анімаційна програма** - комплекс заходів спортивного та розважального характеру, що входять до сфери рекреаційних і духовних інтересів туриста та розробляються для проведення ним вільного часу.

**Анкети (або опитувальний лист)** - об'єднана єдиним дослідницьким задумом система питань, спрямованих на виявлення кількісно-якісних характеристик об'єкта та предмета дослідження.

**Анулювання** - відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання поділяється на три види: своєчасне анулювання, пізні анулювання, неприбуття. У разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф із замовника згідно з умовами, викладеними в договорі.

**Ануляційний штраф** - сума, яку сплачує туроператор об'єкту розміщення у випадку порушення ануляційних строків незаїзду (неприбуття) або повної ануляції.

**Апартаменти** - тип номерів у готелях (площею не менше ніж 40 м<sup>2</sup>), за своїм оформленням наближені до сучасних

квартир, що включають місця для готування їжі (зазвичай вартість харчування не включається у вартість номера).

**Апартамент-готель** - готель квартирного типу з кухонним обладнанням для збереження, переробки та самостійного приготування їжі.

**Апарт-готель** - готельний комплекс, номери в якому складаються з апартаментів.

**Багатомісний номер** - номер, призначений для розміщення трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які **проживають**.

**База відпочинку** - об'єкт розміщення сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, з забезпеченням умов для відпочинку з мінімальними зручностями в регламентованому режимі.

**База даних клієнтів** - банк інформації про відвідувачів. Запис зазвичай проводиться під час продажу. Банк даних може й надалі використовуватися для отримання різних типів довідок.

**Бар** - найпоширеніший тип закладів ресторанного господарства при готелі. Залежно від місця розташування бари можуть класифікуватись як вестибюльні (лобі-бар), ресторанны, допоміжні, банкетні, при басейні, фітнес-центрі, сауні, міні-бари в номерах готелю тощо.

**Бермудський план** - готельний тариф, що включає вартість розміщення і вартість повного (англійського) сніданку.

**Бізнес-отель** - готель, який спеціалізується на обслуговуванні ділових людей та підприємців і надає їм максимум зручностей для професійної діяльності: для проведення семінарів, переговорів і т.д.

**Бізнес-центр** - заклад, який спеціалізується на організації та проведенні конгрес-заходів і надає готельні послуги лише учасникам конгрес- заходів.

**Білизна постільна** - у готелях та інших об'єктах розміщення до постільної білизни відносять простирала, підодіяльники, наволочки, які підлягають регулярній заміні під час експлуатації житлових номерів.

**Блок місць** - кількісно та тимчасово обмежена сукупність ліжко-місць у готелі, за продаж яких матеріальну відповідальність перед хотельєром несе туристичний оператор.

**Бронювання** - процес замовлення потенційним користувачем готелю основних або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів.

**Будинки відпочинку** - це оздоровчі заклади з регламентованим режимом відпочинку. Як правило, харчування входить до вартості проживання. Будинки відпочинку розташовують у місцевостях з привабливими природно-кліматичними умовами. В основному це заклади розміщення відомчого підпорядкування.

**Будинок мисливця (рибалки)** - засіб розміщення для мисливців (рибалок), розташований в рекреаційній зоні, поблизу ліцензійних місць мисливства (рибальства).

**Бюро обслуговування** - готельна служба, яка надає різноманітні інформаційні сервісні послуги, здійснює валютно-фінансові операції, забезпечує транспортними квитками й квитками для відвідування культурно-видовищних заходів і організовує необхідну медичну допомогу.

**Вестибюль готелю (хол, лобі)** - просторе, красиво оформлене приміщення, що знаходиться безпосередньо за входом до готелю та призначене для прийому, реєстрації та початкового обслуговування приїжджаючих гостей, виписування та розрахунків із від'їжджаючими гостями.

**Вид на море, гори, сад** - певне розташування номера, з вікна або балкона якого відкривається вид, що може розглядатися сторонами договору як суттєва властивість номера або групи номерів, що виділяє його серед інших та потребує конкретного зазначення при бронюванні, а в деяких випадках додаткової сплати.

**Виписування (виїзд) з готелю** - процедура припинення дії договору між готелем і клієнтом, яка включає звільнення клієнтом зайнятого ним номера та повернення ключа від нього, а також остаточні розрахунки за всі надані йому послуги під час проживання.

**Вілла** - номер, розташований в окремому малоповерховому будинку.

**Відмова в бронюванні послуг** - відмова готелю в бронюванні основних і додаткових послуг готелю у визначений договором строк.

**Гарні-отель** - готель, де надається тільки розміщення у номерах, а ресторан відсутній.

**Гірський притулок** - об'єкт розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку.

**Гостинність** - повага до гостя та щирість при частуванні. Стала характерною рисою слов'янського народу.

**Гостьовий будинок** - об'єкт розміщення, де пропонуються мебльовані кімнати з мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок.

**Гостьовий двір** - об'єкт розміщення для обслуговування віруючих, які подорожують з метою поклоніння святим місцям; розташований поблизу території монастирів, церков та інших релігійних організацій.

**Гостьові кімнати** - частина будинку, де пропонується розміщення у мебльованих кімнатах з мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок.

**Готель** - підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, що не обмежуються щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів.

**Готель-люкс** - готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) «апартамент», «президентський апартамент».

**Готель-резиденція** - готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб.

**Готельна індустрія** - сукупність готельних комплексів та інших об'єктів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваг, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську й турагентську діяльність, а також організацій, і що надають екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів.

**Готельний комплекс** - готель, що складається з двох або більше корпусів, територіально розділених між собою.

**Готельна мережа** - одна з мережевих, франшизних або інших готельних систем, члени якої користуються особливими привілеями, особливо в національній системі бронювання.

**Готельна послуга** - дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі.

**Готельний ланцюг** - одна з ланцюгових, франчизних або інших готельних систем, члени якої користуються особливими привілеями, особливо в національній системі бронювання.

**Готельно-офісний центр** - готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, спеціально обладнана і використовується як офіси.

**Групові тарифи** – ціни- нетто для розміщення груп туристів з однаковою програмою перебування. Ціни-нетто формуються з офіційно-опублікованої ціни з груповою знижкою, як правило, без комісії.

**Гуртожиток** - об'єкт розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, з мінімальними зручностями та кухонним обладнанням на поверсі.

**Дата виїзду** - дата виїзду споживача з готелю.

**Дата заїзду** - дата прибуття споживача до готелю.

**Дата зняття броні** - дата, коли заброньована кімната надходить до основного продажу.

**Двомісний номер з одним двоспальним ліжком** - номер, призначений для розміщення двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком.

**Двомісний номер з двома односпальними ліжками** - номер, призначений для розміщення двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками.

**Дитячий оздоровчий комплекс** - об'єкт розміщення, що забезпечує у регламентованому режимі надання комплексу послуг розміщення, харчування, оздоровлення та відпочинку для дітей.

**Дорожній готель** - готель, розташований за межами міста вздовж доріг, має умови для паркування автомобілів без технічного обслуговування автотранспорту.

**Експрес-сніданок** - найчастіше використовується при організації харчування у номерах готелю.

**Елементи фірмового стилю** - товарний знак, логотип (спеціально розроблене оригінальне зображення, повне або скорочене найменування фірми чи групи її товарів); фірмовий блок (з'єднані у композицію знак і логотип, а також різноманітного роду пояснювальні надписи); фірмові кольори; фірмовий комплект шрифтів; фірмові константи (формат, система верстки тексту, ілюстрації тощо).

**Завантаження готелю** - співвідношення у відсотковому обчисленні кількості проданих готельних номерів (місць) та загальної місткості готелю за певний період. Коефіцієнт завантаження є показником ефективності роботи готелю.

**Завідуючий готельним господарством** - службова особа, яка в невеликих готелях відповідає за утримання та експлуатацію всіх житлових номерів.

**Завідуючий поверхом** - службова особа у великому готелі, яка відповідає за утримання та експлуатацію всіх

житлових номерів (місць) на закріплених за нею одним або декількома житловими поверхами.

**Зал служби прийому** - частина вестибюля готелю, де розташована служба прийому гостей (служба портьє або чергового адміністратора).

**Замовлення (резервація)** - одноразовий акт бронювання певних послуг на певні терміни для певних туристів.

**Замовник** - фізична або юридична особа, в тому числі суб'єкт туристичної діяльності, яка укладає відповідний договір з надання готельних послуг від імені та на користь споживача і здійснює оплату за цим договором (надає гарантії щодо оплати за цим договором).

**Знижка** - зниження початкової продажної ціни від опублікованої, довідкової. Знижки бувають сезонні, групові, вихідного дня, для постійних клієнтів, дітей та інші.

**Зустріч-проводи** - комплекс послуг (транспортні послуги, послуги носильника, перекладача тощо), що надаються туристам при їх доставці з аеро- або морського порту, залізничного вокзалу або автобусної станції до готелю і назад.

**Імідж** - сприятливе або несприятливе сприйняття споживачем певного готельного комплексу, а також його послуг.

**Інтернет-бронювання** - бронювання номерів, що здійснюється з інтернет-сайту готельного комплексу з автоматичною перевіркою наявності вільних номерів на зазначені клієнтом дати та автоматичним одержанням підтвердження бронювання.

**Картка готельна** - спеціальна картка, що видається клієнту, який проживає у готелі, де вказано номер житлової кімнати, наданої клієнту, і яка є документом ідентифікації клієнта всередині готелю.

**Категорія готелю** - класифікаційне угруповання, що характеризується певним комплексом вимог; класифікація готелів за категоріями заснована на комплексі вимог до будинків, матеріально-технічного обладнання готелю, номенклатури і якості наданих послуг, рівня обслуговування. Категорії позначаються символами (зірками). Кількість зірок збільшується у відповідності до збільшення рівня якості обслуговування, комфортності приміщень та самого будинку.

**Кемпінги** - підприємства готельного господарства транзитного типу, але сезонної експлуатації в період потоку автотуристів. Організовані за принципом часткового самообслуговування з екіпажним розселенням автотуристів та особистих стоянок автомашин у місці проживання. Кемпінги, як

правило, споруджуються у вигляді наметового містечка, частково житло може бути облаштоване в неопалювальних приміщеннях.

**Керівник готелю** - особа, яка володіє або керує готельним підприємством.

**Кімнатний сервіс** - наявність у готельному комплексі послуг з доставки до номера їжі, напоїв, кореспонденції.

**Класифікація об'єктів розміщення** - процедура, яка проводиться на добровільній основі та включає здійснення оцінки відповідності об'єкта розміщення вимогам, встановленим у системі, і його атестацію на відповідну категорію.

**Клуб-готель** - готель, що складається з закладу розваг - клубу та об'єкта розміщення - готелю, який пропонує готельні послуги, організовує дозвілля та надає інші послуги переважно членам клубу.

**Комфорт** - сукупність побутових зручностей, упорядженість і затишок житла, громадських закладів, засобів сполучення тощо.

**Конгрес-готель** - готель, що має умови для організації та проведення конгрес-заходів, ділових зустрічей і переговорів.

**Конгрес-центр** - заклад, який спеціалізується на організації та проведенні конгрес-заходів; надає готельні й інші туристичні послуги виключно учасникам конгрес-заходів, ділових зустрічей та переговорів.

**Континентальний план** - метод розрахунку вартості кімнати в готельному комплексі, коли ціна містить у собі «континентальний сніданок», а також вартість самої кімнати.

**Континентальний сніданок** - стандартний набір страв у ранковому меню, який пропонується туристам у готелях, ресторанах, кафе. На відміну від англійського сніданку, континентальний - більш легкий за своїм складом. До нього зазвичай включають каву або чай, булочку, масло, джем. У країнах Північної Європи він може бути доповнений сиром, холодним м'ясом або рибою.

**Конференц-зал** - зал для проведення зборів нарад, конференцій із присутністю великої кількості учасників заходів, що проводяться.

**Корпоративні тарифи** - ціни на готельні послуги, що пропонуються тим колективним замовникам, які не здійснюють туроператорської або турагентської діяльності, та чисельно: виражаються у вигляді відсоткових знижок від опублікованих тарифів.

**Котедж** - окремо розташований об'єкт розміщення, що містить одну/декілька кімнат, розрахований на розміщення

однієї/декількох сімей (осіб) з окремими входами для кожної сім'ї.

**Круїзне судно** - спеціально обладнане судно, яке забезпечує надання послуг розміщення у каютах, а також послуг перевезення, харчування, розваг та інших супутніх туристичних послуг під час круїзу.

**Ліжко-день** - день, проведений постояльцем у готельному комплексі. Показник зайнятості готельного номера (місця) у добах. Незайняте ліжко вважається таким, що простоює.

**Ліжко двоспальне** - широке ліжко, на якому можуть спати дві особи. Двоспальне ліжко використовується в меблюванні двомісних номерів, які зазвичай надаються подружжю або особам, які подорожують удвох, за їх згодою.

**Ліжко додаткове** - тимчасово встановлюється у готельному номері за згодою або за бажанням осіб, які займають його, у тих випадках, коли їх кількість перевищує кількість постійних ліжок у номері (зазвичай для маленьких дітей). За користування додатковим ліжком встановлюється окрема платня.

**Ліжко «королівського розміру»** - двоспальне ліжко, довжина й ширина якого значно перевищують звичайні стандарти. Ліжко «королівського розміру» (king size) за довжиною й шириною перевищує ліжко розміру «королеви» (queen size). Такими в готелях оснащуються номери, призначені для важливих осіб, молодят, для осіб, які віддають перевагу особливому спальному комфорту.

**Лікувально-оздоровчий комплекс** - об'єкт, що складається з однієї або декількох будівель, в яких у регламентованому режимі надаються послуги розміщення, харчування, лікування, медичні, профілактичні й оздоровчі; розміщений зазвичай у рекреаційній зоні.

**Лотель** - готель, призначений для перебування та обслуговування туристів, що займаються кінним спортом; має умови для утримання коней.

**Майданчик для кемпінгу** - спеціально облаштована огорожена територія з санітарними зручностями для розташування наметів, ротелів, караванів, караванів-будиночків, має умови для надання інших туристичних послуг.

**Машина для чищення взуття** - кругла волосяна щітка, яка автоматично обертається та використовується для безкоштовного чищення взуття відвідувачів біля входу до готелю.

**Мерчандайзинг** - підтримка позитивного іміджу підприємства.

**Міжнародні готельні правила** - нормативний документ, розроблений Міжнародною готельною асоціацією, в якому визначені принципи відносин споживача готельної послуги (туриста) і готелю, їх взаємні права та обов'язки, що витікають з договору на розміщення.

**Місце (ліжко-місце)** - частина площі номера з ліжком, постільною білизною, рушниками та іншим інвентарем відповідно до категорії готелю, призначена та придатна для проживання однієї особи; для забезпечення прийому й обслуговування з короткочасним терміном перебування автотуристів, водіїв вантажного транзитного транспорту.

**Мотель** - готель, розташований за межами міста вздовж доріг (автошляхів), що надає послуги в одно-двоповерхових будівлях або частинах будівель з окремими входами, має умови для паркування та технічного обслуговування автомобілів.

**Наметовий табір** - об'єкт, що має умови для розміщення у наметах та для активного відпочинку на природі.

**Напівпансіон** - вид харчування в готелях, при якому сніданок і вечеря або сніданок і обід включені до вартості проживання.

**Негарантоване бронювання** - вид «прямого» бронювання, при якому об'єкт розміщення надає клієнту номер у день заїзду до 18.00, після чого бронь анулюється без застосування штрафних санкцій.

**Неприбуття** - фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю у день заїзду або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення.

**Номер** - окреме мебльоване приміщення, що і складається з однієї або декількох кімнат, обладнаних для тимчасового проживання.

**Номер «люкс»** - номер у об'єкті розміщення (площею не менше 35 м<sup>2</sup>), який складається з двох ; житлових кімнат (вітальні та спальні), розрахований на проживання однієї-двох осіб.

**Номер «люкс» для молодят** - номер з великим двоспальним ліжком, красиво оформленим інтер'єром, пропонується для розміщення , молодят під час весільної подорожі.

**Номерний фонд** - загальна кількість номерів у готельному господарстві.

**Образ (імідж) готельного комплексу** - уявлення про готельний комплекс, що складається з різних контактних аудиторій, у першу чергу і в цільовому ринку готельного комплексу - тієї його частини, що розглядається для нього як ціль маркетингових дій.

**Обслуговування у номері готелю** - здійснюється з 7.00 до 23.00 години. Меню страв та асортимент алкогольних напоїв друкується на місцях - ' вкладашах до папки «Обслуговування у кімнаті» і двома чи декількома мовами.

**Одномісний номер** - номер, призначений І для розміщення однієї особи та оснащений одним : односпальним ліжком.

**Опубліковані тарифи** - офіційно опубліковані для клієнтів «довідкові» ціни, ціни роздрібного продажу готельних послуг, ціни «біля стійки»; як правило, це максимально високі ціни.

**Основні послуги** - обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором.

**Основні готельні послуги** - перелік та обсяг послуг, які стандартно пропонуються туристу колективним об'єктом розміщення та оплачуються туристом при укладанні договору (розміщення, харчування та інше). Послуги, які надаються готелем, вказані у каталогах даного об'єкта розміщення.

**Отель** - готель з обслуговуванням виключно у номерах категорії «люкс».

**Пансіон** - об'єкт розміщення, який має невелику кількість кімнат, розрахований, як правило, на розміщення з харчуванням 10-20 осіб на декілька днів.

**Пансіонат** - об'єкт розміщення оздоровчого напрямку, розташований у позаміській або рекреаційній зоні, призначений для тривалого перебування з регламентованим режимом відпочинку та харчування. Пансіонати призначені для тривалого відпочинку від 10 до 20 днів і оздоровлення дорослих і батьків з дітьми. Відпочинок у пансіонаті регламентується розпорядком дня. Місткість пансіонатів - 500-1000 місць. Для кращої організації відпочинку в структурі пансіонату передбачають виділення житлових груп на 200-250 осіб. Для розміщення контингенту відпочиваючих використовують спальні на 1, 2 і 3 ліжко-місця та двокімнатні житлові номери на 4 і 5 ліжко-місць. Харчування організують в їдальнях, додатково передбачаються буфета, бари. У пансіонатах, в яких до 50% загальної кількості відпочиваючих діти, обов'язковим є наявність умов для

організації дитячого відпочинку. Зокрема передбачаються ігрові майданчики для дітей, приміщення для роботи з дітьми, гральні автомати, бібліотека з читальним залом тощо. Пансіонати розраховані на широке коло відпочиваючих різного віку, статі, соціального статусу.

**Пізнє анулювання** - анулювання у термін не пізніше, ніж за одну добу до дата запланованого в'їзду або в обумовлені договором терміни.

**Пізній виїзд** - виїзд споживача з готелю після розрахункової години в день виїзду.

**Пізній сніданок** - час надання - з 10.00 до 14.00. Заведено проводити у святкові дні. Подають: гарячі і холодні напої, булочки, масло, джем, ковбасу, сир, супи, гарячі м'ясні страви, десерти. Форма пропозиції - буфет.

**Пізня оплата** - часткова оплата, що передається до служби прийому та розміщення, коли гість уже виїхав.

**План бермудський** - визначення туристського пакета, яке використовується в Америці та інших країнах, що включає нічліг у підприємстві готельного типу та сніданок кожний день в американському стилі.

**Притулок туристичний** - об'єкт розміщення для спільного короткотермінового перебування та відпочинку, розташований на туристичному маршруті з активним способом пересування; розрахований на самообслуговування з використанням обладнання спільного користування; має умови для приготування їжі.

**Профілакторій** - об'єкт розміщення відомчого підпорядкування, призначений для організації відпочинку працівників, як правило, однієї організації, має умови для надання профілактичних послуг, лікування професійних захворювань та загального оздоровлення.

**Покоївка** - службовець готелю, до обов'язків якого входить прибирання житлових номерів та надання інших незначних послуг за проханням клієнта.

**Порт'є** - службовець готелю, в обов'язки якого входить приймання тільки-но прибулих гостей, їх реєстрація, закріплення за ними вільних номерів, видавання ключів, а також оформлення від'їзду клієнтів.

**Посланець у готелі** - службовець у готелі, який виконує незначні доручення гостей: відправлення та доставка пошти, піднесення пакунків, пакетів, купівля дрібних речей тощо. Зазвичай посланцями у готелі служать юнаки, вдягнені в уніформу.

**Потенційні клієнти** - компанії або приватні особи, з якими ще не встановлений контакт, але вони можуть бути потенційними покупцями (клієнтами) товарів та послуг, тому що мають характеристики цільового ринку.

**Потужність номерного фонду** - загальна кількість номеро-днів на рік у готельному господарстві.

**Прайс-лист** - перелік товарів і прейскурантних цін на них без ілюстрацій і пояснень.

**Пральня** - приміщення в готелі, де здійснюється прання використаної спальної, лазневої, столової білизни, спецодягу службовців, а також речей за замовленням відвідувачів.

**Прибирання номера** - приведення житлового готельного номера до належного стану. Існує декілька видів прибирання номера: генеральне, після виїзду гостя, кожен день, ранкове, вечірнє, за проханням гостя.

**Пріоритетне бронювання** - безризикова форма взаємин туроператора та хотельєра, що характеризується першочерговістю розгляду заявок туроператора менеджерами служби бронювання готелю.

**Пряме бронювання** - бронювання без посередників.

**Реєстрація прибуття до готелю** - реєстрація осіб, які прибули на нічліг до готелю, на основі заповнення ними спеціальних реєстраційних карток повідомленнями про власні паспортні дані.

**Реліз-дата** - день повернення туроператором (турагентом) засобу розміщення непроданих (незарезервованих) номерів, що відстоїть від фактичної дати на тривалість реліз-періодів.

**Реліз-період (період звільнення)** - період часу, протягом якого відбувається звільнення номерів з квоти.

**Ресторан** - тип підприємства загального харчування, де відбувається виготовлення, реалізація й організація вживання широкого асортименту страв та виробів складного приготування всіх основних груп з різних продуктів та вино-горілчаних виробів.

**Рецепція (ресепши)** - загальна зала, кімната або стійка, розташована в приміщенні готелю, призначена для прийому, реєстрації та оформлення гостей, а також знаходження чергових-портъє, які здійснюють прийом і видачу ключів від номерів туристам і виконують різного виду доручення постояльців і гостей готельного комплексу.

**Розміщення без харчування** - розміщення в готелі, у вартість якого не входить харчування (RO).

**Розміщення з повним пансіоном** - розміщення в готелі, у вартість якого входить триразове харчування або харчування в будь-який час за бажанням туриста (AL, ALL Incl).

**Розміщення з напівпансіоном** - розміщення в готелі, у вартість якого входить дворазове харчування (на вибір): сніданок та обід або сніданок та вечеря (RD).

**Розміщення та сніданок** - розміщення в готелі, у вартість якого входить тільки сніданок (RB, BB).

**Розрахункова година** - момент початку (закінчення) доби (зазвичай о 12.00 годині опівдні), до якого клієнт готелю повинен звільнити номер або сплатити повністю або частково наступну добу перебування.

**Розряд готелю** - офіційно затверджений, згідно з діючими стандартами та вимогами, рівень якості готелю.

**Розширений сніданок** - як доповнення до континентального сніданку, до меню якого включаються: соки, порційні гастрономічні вироби (шинка, ковбаса та твердий сир на закусочній тарільці, страви з яєць, йогурти в асортименті, кисломолочний сир, сухі сніданки типу мюслі тощо). Страви з яєць готуються за індивідуальними замовленнями.

**Ротель** - об'єкт розміщення пересувного типу, що є вагоном із одно- /двомісними відсіками, кожен із яких оснащений сантехнічним обладнанням, вентиляцією, персональним освітленням; може мати облаштовані зони для надання послуг і харчування та розваг.

**Санаторій** - заклад, розташований на території курорту чи рекреаційної зони, забезпечує 1 надання послуг з розміщення, дієтичного харчування, лікування та профілактики у регламентованому режимі.

**Своєчасне анулювання** - відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни.

**Сезонні норми** - різні ціни на послуги, що змінюються в залежності від сезону.

**Сезонно-ціновий план** - сукупність усіх і цінових періодів, які утворюють рік або сезони, коли функціонує об'єкт розміщення.

**Сейф** - спеціальний вогнетривкий ящик, комірка в готелі (в житловому номері або в службі портьє), в якому клієнти готелю можуть зберігати свої цінності (гроші, ювелірні прикраси, документи).

**Сільський будинок** - заклад розміщення в окремо розташованій будівлі на території садиби діючого приватного підсобного господарства з забезпеченням умов для приготування їжі, переважно з продуктів цього господарства.

**Служба дозвілля** - служба сучасного готелю, в обов'язки якої входить підтримання в належному стані всіх спортивних майданчиків, споруджень, надання інструкторської та тренерської підтримки.

**Сніданок з шампанським** - подається з офіційного приводу. Проводиться у передобідній час і триває протягом 1,5-2 годин. Пропонують різноманітні канапе (маленькі бутерброди) з делікатесами, невеликі холодні та гарячі закуски, можливі гарячі м'ясні страви, десерти.

**Споживач** - фізична особа, яка придбуває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари, роботи, послуги для власних (побутових) потреб.

**Стиль** - основна своєрідна форма вираження.

**Студія** - однокімнатний номер в об'єкті розміщення, площею не менше ніж 25 м<sup>2</sup>, розрахований на проживання однієї/двох осіб, з плануванням, що дозволяє використовувати частину приміщення як вітальню/їдальню/кабінет.

**Тариф сімейний** - пільговий тариф та деякі знижки, які застосовуються готельними підприємствами при розміщенні сімей.

**Технологія готельного обслуговування** - сукупність різноманітних процесів та дій в обслуговуванні клієнтів, а також засобів та технологічних процедур використання, експлуатації та підтримання у відповідному стані номерного фонду, приміщень і служб готелів, інших будівель та споруджень.

**Туристична база** - об'єкт розміщення, розташований на маршруті з активними засобами пересування туристів (гірський, лижний, водний, пішохідний тощо), який має умови для харчування та організації активного відпочинку в регламентованому режимі.

**Туристичний клас (економічний клас)** - розміщення по дві-чотири особи в номері без окремої ванни або душа.

**Туристичний комплекс** - заклад, що складається із об'єкта розміщення, ресторанного господарства та інших, що забезпечують надання послуг з розміщення, харчування, відпочинку та дозвілля.

**Туристично-оздоровчий комплекс** - комплекс, що надає послуги в сфері оздоровлення.

**Фіксована квота** - квота з закріпленням певних номерів готельного фонду за конкретним туроператором (турагентом).

**Флотель** - спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плавучий готель, в якому забезпечують надання послуг активного відпочинку та розваг, може мати умови для проведення конгрес-заходів.

**Хостел** - різновид готелів з невеликим переліком послуг, готельний комплекс коридорного типу (гуртожиток), що пропонує мінімум комфорту для своїх клієнтів, орієнтований на обслуговування молоді, має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічні зручності на поверсі або у блоці, а також на підприємствах громадського харчування.

**Хотельєр** - людина, яка є власником або представником топ-менеджменту готельного комплексу й представляє інтереси готельного комплексу у відносинах з третіми особами.

**Час звільнення номера** - час (місцевий), не пізніше якого турист повинен звільнити номер у день від'їзду.

**Час надання номера** - час (місцевий) заселення туриста до номера в день заїзду. У більшості європейських готелів - 14.00, у готелях США - 15.00 або 16.00.

**Шведський стіл** - вид самообслуговування в ресторанах, кафе, який відрізняється тим, що відвідувачі за єдину усереднену платню отримують будь-яку кількість страв за власним бажанням з числа запропонованих, заздалегідь виставлених до зали.

**Штрафні санкції** - штраф, який сплачується договірною стороною у випадку порушення нею вимог, обумовлених договором або чинним законодавством.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Нормативно-правові документи:**

### **Державні стандарти**

1. ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” (чинний від 01.07.2004).
2. ДСТУ 4269:2003 “Послуги туристичні. Класифікація готелів” (чинний від 01.07.2004).
3. ДСТУ 4281:2004 “Заклади ресторанного господарства. Класифікація” (чинний від 01.07.2004).
4. ДСТУ 4527:2006 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення” (чинний від 01.10.2006).
5. Міжнародні стандарти – ISO/FDIS 9001. ISO/TC No 605 Системи менеджменту якості.
6. Основоположні принципи і словник.
7. ISO/TC No 606 Системи менеджменту якості. Вимоги.. ISO/TC No 607 Системи менеджменту якості. Настанови щодо поліпшення показників Інші Правила користування готелями й аналогічними засадами розміщення та надання готельних послуг/ (Наказ Держтурадміністрації України No 19 від 16.03.04).
8. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – No 297 від 15.03.2006-08-0
9. Правила обов’язкової сертифікації готельних послуг (Наказ Держстандарту No 37 від 27.01.1999, зареєстровано у Мінюсті 15.04.1999 за No 236/3529).

### **Основна література**

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. Учебное пособие: 3-е изд. / С.И. Байлик – К.: Дакор, 2008. – 288 с.
2. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472с.

3. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной Службы гостиницы. Учебное пособие. / Т.Л. Тимохина – М.: ИД ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2008. – 352 с.

4. Уніфіковані технології готельних послуг: Навчальний посібник / [за ред. проф. В.К. Федорченка]. – К.: Вища школа, 2001. 28 – 237 с.

5. Абрамов В.В. Історія туризму : Текст/В.В.Абрамов, М.В.Тонкошкур; Харкнац.акад.міськ.госп-ва- Х.:ХНАМГ,2010.-294с.

6. Бойко В.Г. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів: навч. посібник. Текст/В.Г. Банько -2ге вид, перероб і доп.-К.: Дакор, 2008-328с.

7. Ковешніков В.С. Організація готельно – ресторанної справи: навчальний посібник / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев.-К.: Кондор, 2015.-752с.

8. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч посібник. Текст/Г.Я. Круль.-К.: Центр учбової літератури, 2011-368

9. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч посібник. Текст/Г.Я. Круль.-К.: Центр учбової літератури, 2017-367

10. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник Текст / Т.Г. Сокол.- К. : Альтерпрес, 2009. -447с.: 16с.

### **Додаткова література**

1. Большой Глоссарий терминов международного туризма / [Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова.] – СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд,, 2002. – 704 с.

2. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.

4. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник. / Х.Й.Роглев – К.: Кондор, 2005. – 408 с

5. Готелі України: від А до Я. - К.: Новий світ, 2003. – 274 с.

## **Ресурси мережі Інтернет**

1. Все готелі України.– Режим доступу: <http://www.all-hotels.com.ua>

2. Готелі України.– Режим доступу: <http://www.booking.com>

3. Каталог сайтів – турфирми, гостиниці, отелі, пансионати, санатории.– Режим доступу: <Http://infotravel.com.ua>

4. Сайт Державного комітету статистики України.  
[– Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Сайт Державної служби туризму і курортів. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>

6. Tourism Highligts. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>

7. Самые необычные отели мира.  
– Режим доступу: <http://www.tophotels.ru/main/interesting>

8. Законодавча база України. –  
Режим доступу:  
<http://search.ligazakon.ua/search/business/instruction/ua/>.

9. Електронна бібліотека "Все о туризме"– Режим доступу:  
<http://tourlib.net/lib.htm>

10. Журнал «HOTEL» – Режим доступу: <http://hotel-rest.com.ua/>

11. Журнал «Гостиничный и ресторанный бизнес» – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>

12. Журнал «Ресторанный і готельний бізнес» – Режим доступу: [http://creapro.ua/public/downloads/files/hrb4\\_2010](http://creapro.ua/public/downloads/files/hrb4_2010).

## ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной Службы гостиницы. Учебное пособие. / Т.Л. Тимохина – М.: ИД ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2008. – 352 с.
2. Абрамов В.В. Історія туризму : Текст/В.В.Абрамов,М.В.Тонкошкур; Харкнац.акад.міськ.госп-ва- Х.:ХНАМГ,2010.-294с.
3. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. / М.П. Мальська, І.Г Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472с.
4. Ковешніков В.С.Організація готельно – ресторанної справи: навчальний посібник / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев.-К.: Кондор,2015.-752с.
5. Круль Г.Я. Основи готельної справи.Навч посібник.Текст/Г.Я. Круль .-К.: Центр учбової літератури,2017-367
6. Ковешніков В.С.Організація готельно – ресторанної справи: навчальний посібник / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев.-К.: Кондор,2015.-752с.
7. Міжнародні стандарти – ISO/FDIS 90001. ISO/TC No 605 Системи менеджменту якості.
8. . ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” (чинний від 01.07.2004).
9. . Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – No 297 від 15.03.2006-08-0
10. Большой Глоссарий терминов международного туризм а / [Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова.] – СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд,, 2002. – 704 с.
11. Законодавча база України. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua/search/business/instruction/ua/>
12. Готелі України.– Режим доступу: <http://www.booking.com>
13. Сайт Державної служби туризму і курортів. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
14. Журнал «Гостиничный и ресторанный бизнес» – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>
15. Електронна бібліотека "Все о туризме"– Режим доступу: <http://tourlib.net/lib.htm>



**Коркуна Орислава Іванівна** - кандидат економічних наук, член-кореспондент ТАУ, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу в Львівському Державному Університеті Фізичної Культури ім.Івана Боберського.

1983 року народження. Навчалася у НУ "Львівська Політехніка" (м.Львів) та Університеті Банківської Справи при НБУ (м.Київ). В 2008 році захистила кандидатську дисертацію за спеціальністю "Гроші, фінанси, кредит" 08.00.08. Активно займаюся науковою роботою. Автор понад 60 публікацій.

*Життєве кредо: "Хто володіє інформацією, той володіє світом!"*.



**Холявка Володимир Зеновійович** - кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та спортивного менеджменту Львівського державного університеті фізичної культури ім.Івана Боберського. Відмінник освіти України. Декан факультету туризму Львівського державного університеті фізичної культури ім.Івана Боберського.

Навчався у Московському лісотехнічному інституті, факультет міжнародних зв'язків, спеціальність "Економіка та управління в галузях хіміко-лісового комплексу" (1983 р.) та у Львівському національному університеті ім. Івана Франка, спеціальність "Правознавство" (2002 р.).

Автор 2 монографій та понад 60 наукових навчально-методичних публікацій.

*Життєве кредо: "Краще надавати підтримку ніж її отримувати!"*.



**Демічковський Андрій Павлович** - викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, майстер спорту України з кульової стрільби. 1984 року народження. Закінчив Львівський Державний Університет Фізичної Культури. Аспірант ЛДУФК. Напрямки наукових досліджень: моделювання, теорія і методика підготовки висококваліфікованих спортсменів, харчові технології, готельно-ресторанна справа. Автор 20 наукових праць.

*Життєве кредо: "Попадати завжди в ціль".*



**Боратинський Олег Володимирович** - викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університеті фізичної культури ім.Івана Боберського. 1972 року народження.

У 1994 році закінчив Український державний лісотехнічний університет, у 2018 році закінчив Львівський державний університет фізичної культури ім.Івана Боберського та здобув кваліфікацію, ступінь вищої освіти магістр спеціальність "Туризм".

Автор понад 30 наукових праць та винаходів.

*Життєве кредо: "Бути людиною у всьому та завжди".*



**Кулик Оксана Михайлівна.**

Навчалася та закінчила юридичний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка за спеціальністю правознавство. На даний момент займаюся підприємницькою діяльністю у сфері туризму та тимчасового розміщення туристів у Львові. Автор десяти наукових праць.

*Життєве кредо: "Іти завжди вперед і досягати бажаного результату".*

---



**Піхур Ольга Іванівна** - економіст ДП "Львівський бронетанковий завод". 1985 року народження. Закінчила Українську Академію Друкарства (м. Львів), спеціальність "Економіка підприємства". У 2016 р. закінчила Університет банківської справи, спеціальність "Фінанси і кредит" (м. Львів).

*Життєве кредо: "Найбільш вірний шлях до успіху - спробувати ще один раз".*