

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

Г. Я. Круль

ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
для студентів вищих навчальних закладів*

Київ
«Центр учбової літератури»
2011

УДК 640.41(075.8)
ББК 65.9(4Укр)441.357я73
К 84

*Гриф надано
Міністерством освіти і науки України
(Лист № 1/11-10398 від 10.11.2010 р.)*

Рецензенти:

Руденко В. П. – доктор географічних наук, професор, декан географічного факультету Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича;

Євдокименко В. К. – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Буковинської державної фінансової академії;

Жук М. В. – доктор економічних наук, професор, проректор «Банковні інститут «Висока школа» (м. Прага).

Круль Г. Я.

К 84 Основи готельної справи. Навч. посіб.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.

ISBN 978-611-01-0186-8

У запропонованому виданні розглянуті основні поняття готельного господарства. Значна увага приділена класифікаціям засобів розміщення за різними принципами та критеріями. Виявлені сучасні проблеми створення єдиної міжнародної класифікації готелів у світі. Розкриті особливості технологічного процесу надання основних і додаткових послуг у готелях. Посібник містить практичні завдання, контрольні тести, нормативно-інструктивний, довідковий і статистичний матеріал.

Для викладачів і студентів вищих і середніх спеціальних навчальних закладів, широкого кола зацікавлених читачів.

УДК 640.41(075.8)
ББК 65.9(4Укр)441.357я73

ISBN 978-611-01-0186-8

© Круль Г. Я., 2011.
© Центр учбової літератури, 2011.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	8
1. ПОНЯТТЯ «ГОСТИННОСТІ» І «ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА».	
РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ	8
1.1. Терміни і визначення понятійного апарату «гостинність»	8
1.2. Зміст основних понять готельного господарства.....	12
1.3. Еволюція індустрії гостинності	15
1.4. Особливості розвитку міжнародних готельних мереж	30
1.5. Проблеми і перспективи розвитку готельної індустрії.....	40
2. РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ.....	44
2.1. Зародження готельної справи в Україні	44
2.2. Розвиток готельного господарства України в другій половині XIX – на початку XX ст.	45
2.3. Розвиток матеріально-технічної бази туризму в радянські часи.....	50
2.4. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу в Україні	54
3. ВИДИ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ	64
3.1. Основні підходи до класифікації засобів розміщення.....	64
3.2. Класифікація засобів розміщення туристів за WTO	68
3.3. Типи готельних підприємств за призначенням	71
3.4. Спеціалізовані готелі.....	75
4. СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ У СВІТІ	83
4.1. Проблеми створення міжнародної класифікації готелів	83
4.2. Особливості американської системи класифікації готелів і мотелів.....	86
4.3. Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу	87
4.4. Класифікація готелів в Україні і країнах СНД	95
РОЗДІЛ 2	
ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	101
5. ПРИЗНАЧЕННЯ ГОТЕЛІВ, ЇХ РОЗТАШУВАННЯ У СТРУКТУРІ МІСТА	101
5.1. Розвиток архітектурних форм будівлі готелю	101
5.2. Сучасні архітектурні концепції готельних будівель.....	102
5.3. Особливості вибору майданчиків для будівництва готельних комплексів ...	106
5.4. Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста	108
6. ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	111
6.1. Матеріально-технічна база та основні фонди.....	111
готельного господарства.....	111

6.2. Показники оцінки руху і стану основних фондів.....	115
готельного підприємства	115

РОЗДІЛ 3

ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

7. ФОРМУВАННЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ГОТЕЛЮ.....	121
7.1. Організація прилеглої території навколо готельних будівель.....	121
7.2. Функціональна організація приміщень готельних комплексів	124
7.2.1. Організація приміщень вестибульної групи.....	124
7.2.2. Особливості організації житлових приміщень.....	128
7.2.3. Блок приміщень харчування	134
7.2.4. Організація адміністративних приміщень.....	137
7.2.5. Приміщення господарського і складського призначення.....	138
7.2.6. Функціональна організація приміщень ділового і рекреаційного призначення.....	142
7.3. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю	145
7.3.1. Складові частини комфорту внутрішнього простору готелів.....	145
7.3.2. Меблювання готельних приміщень.....	147
7.3.3. Естетична організація середовища готелю	152
8. ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ	168
Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів.....	168
8.1. Характеристика санітарно-технічного устаткування	169
8.1.1. Облаштування господарсько-питного водогону та каналізації	169
8.1.2. Протипожежний водогін та системи пожежогоасіння.....	171
8.1.3. Гаряче водопостачання готельних комплексів.....	172
8.1.4. Системи опалення в готелях	173
8.1.5. Кондиціонування і вентиляція повітря	175
8.1.6. Централізоване видалення пилу.....	178
8.1.7. Системи сміттєвидалення.....	178
8.2. Ліфтове устаткування	179
8.3. Електроустаткування.....	181
8.4. Слабкострумове господарство	183
8.5. Торгово-технологічне устаткування ресторанів, кафе, барів	185
9. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ СЛУЖБ.....	188
9.1. Підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів.....	188
9.2. Склад і функції готельних служб	189
9.2.1. Організація адміністративно-управлінської служби готельного комплексу.....	192
9.2.2. Служба управління номерним фондом (служба обслуговування)	196
9.2.3. Служба організації харчування	209
9.2.4. Інженерно-технічна служба готельного комплексу	211

10. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ОСНОВНИХ І ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ	214
10.1. Особливості процесу надання основних послуг у готелях	214
10.2. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування	219
10.3. Якість обслуговування туристів у готелях – важливий чинник розвитку туризму	221
10.3.1. <i>Поняття якості послуг</i>	221
10.3.2. <i>Чинники формування якості обслуговування</i>	224
10.3.3. <i>Фактори впливу на якість обслуговування у готельних комплексах</i>	228
Тести для самоконтролю	231
Завдання для практичних робіт	277
Предметний покажчик	281
Список використаної та рекомендованої літератури	288
ДОДАТОК А. Національний стандарт України Послуги туристичні. Класифікація готелів	291
ДОДАТОК Б. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг	311
ДОДАТОК В. Екзотичні готелі світу	320
ДОДАТОК Г. Показники діяльності підприємств готельного господарства України за період 2000-2007 рр.	327
ДОДАТОК Д. Система уніфікації послуг гостинності	342
ДОДАТОК Е. Професійні обов'язки працівників готелів	345
ДОДАТОК Є. Документи первинного обліку у готелях	355

Передмова

Сьогодні туризм посідає одне з провідних місць у структурі господарства багатьох країн світу. Його частка становить до 10% світового валового національного продукту та 11% світових споживчих витрат. Саме ця сфера діяльності є однією із трьох найбільших експортних галузей. Окрім того, вона є одним із найважливіших і найперспективніших роботодавців у світі. На сьогодні кожна п'ятнадцята людина на планеті працює у сфері готельного і туристичного бізнесу.

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 спостерігаються позитивні зрушення в даній галузі, свідченням чого стала розробка Державної програми розвитку туризму в Україні до 2010 року, де акцентується увага на пріоритетності становлення сучасного високоефективного і конкурентоспроможного туристичного комплексу в державі.

Проведення різноманітних заходів європейського рівня на кшталт «Євробачення», «Євро-2012» та ін. стає поштовхом для будівництва нових та реконструкції існуючих засобів розміщення відповідно до світових стандартів. Незважаючи на існуючу в Україні недосконалу законодавчу базу, виведення готельного господарства на новий рівень спонукало іноземних інвесторів вкладати кошти у відкриття готелів всесвітньовідомих мереж «Huyatt», «Radison SAS», «InterContinental» та ін. Та все ж про якість обслуговування того чи іншого готелю свідчать не його категорія чи вишуканий інтер'єр, а високопрофесійний кваліфікований персонал, здатний задовольнити будь-які бажання вибагливих клієнтів.

Донедавна підготовкою кадрів для готельного господарства в Україні займалося кілька навчальних закладів. Кількість вузів, де готують фахівців для індустрії гостинності, щорічно зростає, тому й виникає потреба у видавництві підручників і навчальних посібників, де систематизований міжнародний та вітчизняний досвід із готельного господарства, організації обслуговування в закладах

гостинності та туристичній індустрії загалом.

У даному посібнику розглядаються етапи становлення й розвитку готельного господарства у світі та Україні, охарактеризований сучасний стан галузі в державі, розкриваються проблеми і перспективи розвитку індустрії гостинності.

Наведені основні підходи до класифікації засобів розміщення, їх види залежно від різних критеріїв, дається коротка характеристика основних і спеціалізованих підприємств розміщення. Узагальнений світовий досвід з питань класифікації готелів і розкрито принципи класифікації готелів у різних країнах світу.

Розглянуті питання розташування готельних будівель у планувальній структурі міста, принципи вибору майданчика для будівництва готелів, а також сучасні архітектурні концепції готельних споруд.

Розкриті питання матеріально-технічної бази та основних фондів готельного господарства, наведені основні показники оцінки руху основних фондів.

Значна увага приділяється основам технологічного процесу надання послуг гостинності, а саме – питанням формування предметно-просторового середовища готелю, функціонування інженерно-технічного устаткування в готельних комплексах, особливостям діяльності провідних готельних служб та організації і надання основних і додаткових послуг у закладах гостинності.

У посібнику наведені завдання для практичних робіт, тести для самооцінки опрацьованого матеріалу, значний додатковий і довідковий матеріал, покликаний якнайповніше розкрити сутність готельного господарства у світі загалом і в Україні зокрема.

Навчальний посібник призначений для студентів вищих навчальних закладів, де вивчаються дисципліни «Готельне господарство» та «Технологія готельної справи».

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1. ПОНЯТТЯ «ГОСТИННОСТІ» І «ГОТЕЛЬНОГО ГОСПО- ДАРСТВА». РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕ- ЛЬНОЇ СПРАВИ

- 1.1. Терміни і визначення понятійного апарату «гостинність».
- 1.2. Зміст основних понять готельного господарства.
- 1.3. Еволюція індустрії гостинності.
- 1.4. Особливості розвитку міжнародних готельних мереж.
- 1.5. Проблеми і перспективи розвитку готельної індустрії.

1.1. Терміни і визначення понятійного апарату «гостинність»

Наше сьогодення – час, коли молода самостійна Україна робить кроки до інтеграції в Європу, в світ, де господарюють економіки з високорозвинутими технологіями. Ринковий готельний бізнес, якого ми прагнемо досягти, неможливий без загальноукраїнських нормативних технологічних засад, особливо в галузі гостинності, яку можна вважати національною рисою українського народу. Саме в українців збереглася традиція зустрічати почесних гостей хлібом-сіллю.

Поняття «гостинність» старе, як людська цивілізація, воно є детермінантом сфери послуг. Англійське слово «*hospitality*» (гостинність) походить від латинського «*hospitium*» (госпиції). В основі даного терміна лежить слово «*host*» (хазяїн), «*hospice*» (притулок), «*hotel*» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей).

Термін «гостинність» був уведений європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТ-РЕК), утвореної у 1982 році. **Гостинність** з наукової точки зору визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх завбачливого обслуговування наданням низки послуг. *Послуга* – це результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача.

Ринок готельних послуг – це сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг. Вони мають свою специфіку. Більшість із них у нематеріальній сфері економіки існують незалежно одна від одної. Разом же у готельному господарстві ці послуги становлять своєрідні послуги «гостинності».

Незважаючи на існуюче розмаїття закладів розміщення, кожен із них покликаний здійснювати функцію гостинності й виконувати технологічні процеси надання тимчасового помешкання.

У будь-якому засобі розміщення виділяють такі **основні підрозділи**: адміністрацію; службу управління номерним фондом; харчування; інженерно-технічну службу; допоміжні та другорядні служби. Деякі з них займаються виробництвом послуг (пральня, кухня), інші – їх наданням (покоївки, ресторан), і всіх об'єднує інформаційне забезпечення та обслуговування (бронювання, портьє). Кожна структура визначає повноваження й обов'язки працівників, кожен підрозділ використовує специфічну технологію, а всі разом прагнуть одного – задоволення потреб гостя.

Надання послуги, її проектування і сам процес обслуговування мають кінцеву мету – прийняти гостя. Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу. Клієнт не залежить від нас, але ми залежимо від нього. Клієнт не заважає роботі закладу, навпаки, є її сенсом і ціллю. Підприємство гостинності не робить клієнтові послугу, обслуговуючи його, а гість робить послугу, надаючи можливість обслужити його. В очах готельєрів клієнт – це «король», а задоволення його потреб є найважливішим завданням працівників індустрії гостинності. Іншими словами, клієнт завжди правий!

Із розвитком людської цивілізації надання гостинних послуг людям, які з різних причин опинилися поза домом (за межами «замкнутого підпростору»), перетворювалося у **професію** для дедалі більшої кількості людей, поки не стало справжньою **індустрією**. Згідно з тлумачним словником Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей».

Гостинність – комплексна послуга, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності.

Середовище гостинності визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників, таких як ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності тощо.

Найбільший вплив на середовище гостинності здійснюють економічні й політичні чинники. *Економічні чинники* (інфляційні процеси, стан ринку товарів і послуг, валютний курс та ін.) опосередковано впливають як на споживачів середовища гостинності, так і на виробників. Це виражається в тому, що і перші, і другі порівнюють та оцінюють свої можливості щодо використання або вкладення коштів.

Політичні чинники впливають через прийняття державою відповідних законів і нормативних актів, що регулюють діяльність даної галузі.

Культурні чинники мають безпосередній вплив на споживачів і виробників, оскільки і ті, й інші живуть і діють у суспільстві, яке багато в чому зумовлює їхню поведінку. Людська поведінка переважно набута, тобто вихована суспільством. Культура визначає цінності суспільства загалом і складається із субкультур, які можна класифікувати за різними ознаками.

Соціальні чинники впливають на середовище гостинності через соціальний стан споживача в суспільстві, приналежність до тієї або іншої референтної групи, яка виражає позицію людини, визначену її соціальною роллю і статусом. Підтримуючи свій статус, споживач ставить до середовища гостинності певні вимоги. Диференціація суспільства за соціальним становищем дозволяє визначити вплив цього чинника на поведінку споживача середовища гостинності.

Фундаментом середовища гостинності є *ресурси*. **Ресурси гостинності** охоплюють оцінку природних ресурсів за *функціональним аспектом*, тобто за придатністю для певного виду сфери пос-

луг; за *екологічним аспектом* – з огляду на обґрунтованість вибору території за психофізіологічною комфортністю (за відсутністю шумових, вітрових та інших негативних впливів зовнішнього середовища); за *естетичним аспектом*, тобто емоційним впливом ландшафту на гостя. Антропогенні ресурси оцінюються за *культурно-історичним* та *біосоціальним аспектами* з погляду благоустрою території (наявність систем споруд для обслуговування, культурних об'єктів, устаткування та комунікацій) і задоволення потреб середовища гостинності.

Рівень розвитку середовища гостинності залежить від багатьох професій, потреба в яких визначається кадровою політикою у сфері послуг. **Професії гостинності** визначаються всією різноманітністю сфери послуг (матеріального і соціально-культурного характеру), в якій відбувається безпосередній контакт споживача з виконавцем послуги. Американці об'єднують у цій індустрії всі споріднені галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні мандрівників через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агенції, національні парки, парки культури і відпочинку тощо. Роком народження професій гостинності у США вважається 1956 р., коли кількість працівників, зайнятих у сфері послуг, перевищила кількість робітників, зайнятих у виробництві. У США ця індустрія є другим за значенням роботодавцем, що надає робочі місця для понад десяти мільйонів осіб. У багатьох високорозвинених країнах світу (Італії, Франції, Швейцарії, Австрії та ін.) це найважливіша галузь економіки.

Отже, **індустрія гостинності** є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов'язані з прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку. Вона охоплює всю сферу послуг, включаючи готельну та ресторанну справу, туристський і транспортний бізнес, рекреаційну індустрію, конгресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес.

Найвищою метою ділової активності у сфері гостинності є задоволення потреб клієнта, і тільки потім – збільшення доходів підприємства. Справжні прибутки – це результат доброї організації готельного і ресторанного бізнесу, а не самоціль. Якщо рівень обслуговування задовольняє клієнта, він сплатить за надані послуги і

в майбутньому не тільки повернуться до цього готелю чи туристичної агенції, а й порадить даний заклад своїм знайомим і друзям.

У нашій країні готельно-ресторанний і туристичний бізнес із багатьох причин не досяг такого розвитку, як в Америці чи в розвинутих країнах Європи, вивчення економічних і управлінських основ його ще не стало самостійною галуззю економічної науки, а менеджменту й маркетингу послуг гостинності тільки останнім часом почали навчати на університетському рівні.

1.2. Зміст основних понять готельного господарства

Важливою складовою туристичної діяльності є готельне господарство. Розвиток вітчизняного та міжнародного туризму значною мірою пов'язується з рівнем матеріально-технічної бази, розгалуженістю та різноманітністю мережі, якістю обслуговування в готельному господарстві. Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами.

Звідси випливає важливість вивчення змісту поняття «*готельне господарство*». Глибина теоретичного розуміння цього питання сприяє ефективній організації діяльності, розвитку матеріально-технічної бази, правильному укомплектуванню штатів, повному задоволенню потреб туристів. Що ж таке готель? Словник В.І. Даля підтверджує, що *готель* – це заїжджий двір або будинок із прислугою, приміщенням для приїжджих і з харчуванням. Поряд із терміном «готель» у світовій практиці широко застосовується міжнародне поняття «отель» (від французького слова «хотел»).

Спочатку під «готельним господарством» розуміли таку господарську діяльність, що виробляла та надавала платні послуги з розміщення. Згодом, зі зростанням вимог туристів і прагненням готелів розширити комплексність обслуговування, послуги розміщення стали доповнювати харчуванням і продажем напоїв. Це дозволяє й сьогодні розглядати готельне господарство у двох напрямках діяльності, а саме – в широкому та вузькому його розумінні. У першому випадку воно охоплює дві основні групи послуг – розміщення та харчування, а в другому – тільки розміщення.

За кордоном багато авторів досліджували поняття «готель». Так, Марсель Готьє визначив *«готельну справу»* як сукупність діяльності, що пропонує власні послуги та блага, які забезпечують людині необхідні матеріальні умови – розміщення та харчування. Це стосується, пояснює автор, послуг, яких потребує турист під час подорожі за межами постійного місця проживання з діловими цілями чи сімейними інтересами й дедалі більше під час відпочинку.

За визначенням ВТО, що має рекомендаційний характер, **засіб розміщення** – це будь-який об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам місця для ночівлі. При цьому **готелі** розглядаються як основний класичний тип підприємств розміщення, що характеризується такими специфічними *ознаками*: номерним фондом, що перевищує певний мінімум; набором обов'язкових послуг (прибирання номерів і санвузлів, обслуговування в номерах, щоденне застеляння ліжок та ін.); певним асортиментом додаткових послуг.

Згідно з Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (див. додаток А), під **готелем** розуміють підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, не обмежені щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

У «Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» наводиться низка термінів і понять, які широко використовуються в готельному господарстві (див. додаток Б). Зокрема, *готелями та аналогічними засобами розміщення* вважають майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання.

Готельна послуга передбачає дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі. *Основні послуги* — це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається клієнтові згідно з

укладеним договором, а *додаткові послуги* — обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

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 охоплює такі складові: бронювання та інші види замовлення місць, підготовку 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 вони можуть надаватися в сучасному готелі, але їхні обсяги та асортимент не однакові у різних підприємствах, різною є й організація їх надання, тобто обслуговування.

Прискорений розвиток туризму та бажання отримати більші прибутки, а також зростаюча платоспроможність клієнта сприяли розширенню та урізноманітненню готельної діяльності. До перших двох груп послуг додаються й нові додаткові послуги для обслуговування ділових зустрічей, лікування, розваг тощо. Це приводить до збагачення змісту поняття «готельне господарство», що поряд з основними послугами охоплює й додаткові (спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін.). При цьому готельне господарство вже надає послуги не тільки власного виробництва, а й інших галузей господарства.

Поняття «готельна справа» застосовувалось спочатку для визначення діяльності в готелях. Пізніше ця діяльність розширилась і сьогодні охоплює кемпінги, мотелі, туристичні бази, котеджі тощо. Отже, готель був першим основним типом підприємств для розміщення туристів, що й дав назву цілій галузі діяльності.

Існують також *інші заклади розміщення*, що не належать до системи готельного господарства (будинки відпочинку, санаторії,

пансіонати, дитячі табори відпочинку, дачі дитсадків та ін.), оскільки розселення не є їхньою основною діяльністю, ціни тут низькі та, як правило, наближаються до собівартості.

Крім того, зазначимо, що в країнах СНД не всі готельні підприємства організовували харчування туристів. Нині нагальним є питання про включення цього виду діяльності до системи послуг готельного господарства, що зумовлено, насамперед, специфікою харчування в туризмі. Тому не можна ототожнювати ресторанну справу з послугами щодо організації харчування в туризмі, бо це цілком самостійний вид діяльності.

Економічна сутність готельної діяльності полягає в тому, що їй притаманний нематеріальний характер. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не готовий продукт, а пропозиція особливого виду послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту, тобто експлуатація матеріально-технічної бази (будівель, споруд, устаткування, інвентарю) є основою виробництва та реалізації послуг. З точки зору особливостей процесу обслуговування в готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, досить часто цей процес називають «наданням послуг». Проте це не зовсім доцільно, оскільки надання послуг здійснюється як платно, так і безкоштовно. Тому варто підкреслити, що ця діяльність охоплює *продаж і надання послуг*. У процесі виробництва та пропозиції цих послуг у готельному господарстві не створюються ані новий продукт, ані нова вартість. Однак діяльність готельних підприємств активно сприяє зростанню національного доходу та збільшенню надходження валютних коштів у країну за рахунок обслуговування іноземних туристів.

Аналіз характеру та змісту *готельної діяльності* дозволяє визначити її як господарську діяльність виробничої сфери, що виробляє та надає туристичні послуги (основні та додаткові), продаж яких дає реальні доходи.

1.3. Еволюція індустрії гостинності

Історія розвитку готельної справи нерозривно пов'язана з подорожами. Історія ж подорожування сягає своїм корінням ще ча-

сів античності – мандрівки здійснювалися з різною метою та намірами (торгівлі, завоювань, відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо). Найдавніші згадки про місця для розміщення подорожніх можна знайти в писемних джерелах Стародавнього Єгипту. За три тисячі років до нашої ери стародавні єгиптяни вже плавали Нілом, перевозячи величезні брили, з яких будували піраміди. В часи Римської імперії, за 200 років до н.е., римляни активно подорожували кораблями, кіньми, завойовуючи чужі землі. Багаті римляни любили подорожувати, особливо до Єгипту та Греції, де їх приваблювали морські курорти і місця поклоніння. Римських туристів цікавили історія та релігія, вони відвідували грецькі храми, їздили у фургонях, запряжених мулами, до місць, де жив великий Сократ. Відомо, що вони вирушали до Єгипту, як і сучасні туристи, щоб побачити піраміди.

У середні віки мільйони людей також подорожували. Релігійні переконання спонукали їх (як і сьогодні) долати довгий шлях до святинь: мусульман – до Мекки, християн – до Єрусалима. Тому можна стверджувати, що саме церкві належить ідея створення перших готельних ланцюгів. Монастирі приймали і розміщували в себе мандрівників-прочан.

Своєрідним туризмом можна вважати і хрестові походи, під час яких десятки тисяч європейців відвідали Середній Схід. Ці події, попри негативні моменти (руйнування святинь, численні людські жертви), все ж сприяли як відродженню торгівлі, так і готельній справі та подорожам.

Отже, ретроспективний аналіз розвитку готельного господарства дозволяє виділити кілька *періодів* цього процесу:

- Стародавній (IV тис. до н.е. – середина V ст. н.е.);
- Середньовіччя (V-XV ст. н.е.);
- Новий час (XVI ст. – початок XX ст.);
- Сучасний.

До *I періоду* суспільного розвитку відносять згадки про перші підприємства індустрії гостинності – *таверни*. Їх можна знайти в манускриптах епохи античності. В ті далекі часи Єгипет вважався не тільки місцем зосередження пам'яток культури (про що свід-

чать написи на пірамідах, залишені екскурсантами і туристами античності), але й лікувальним курортом. Це призводило до спорудження наметових містечок, павільйонів, різноманітних будівель і споруд для мандрівників, а також організації їхнього харчування та побутового обслуговування.

В сучасному значенні слова готелі стали відомими ще за гомерівських часів. Розміщувалися вони поблизу місць, де відбувалися громадські святкування, численних храмів та інших культових і курортних споруд.

Такі події, як Олімпійські ігри, збирали атлетів, глядачів, а також торговців та ремісників (тобто як споживачів, так і постачальників товарів і послуг) з усієї Стародавньої Греції. В околицях Олімпу будувалися споруди для проживання в них атлетів, а також для організації найрізноманітніших побутових послуг. Притулок у готелі надавався всім – і бідному, й багатому, і простолюдину, і знатному.

Результати розкопок на півдні Іраку підтверджують, що вже тоді, в V тисячолітті до н.е., існували *ханни* – місця для тимчасового притулку людей. У законодавчих актах Кодексу вавилонського царя Хаммурапі (приблизно 1700 р. до н.е.) зустрічаються правові норми, які свідчать про достатньо високий розвиток готельної справи того часу. Із цих згадок зрозуміло, що таверни були важливим елементом соціального та релігійного життя. Хоча в них і були кімнати для розміщення мандрівників, здебільшого основне призначення таверн полягало в наданні послуг харчування, і вони мали сумнівну репутацію будинків розпусти.

Розвиток торгівлі та пов'язані з нею тривалі подорожі потребували організації не тільки харчування, а й ночівлі. Ця обставина зумовила появу підприємств іншого типу – *заїжджих дворів*. Найдавніший заїжджий двір, що згадується в писемних джерелах, знаходився на острові Крит (дається ≈ 1500 р. до н.е.). Готелі, як місця відпочинку посланців уряду, з'явилися значно пізніше. Так, у давньогрецькому місті Епідавр (культурному центрі Бога зцілення) був готель на 160 кімнат із прилеглими галереями зі скульптурами, стадіоном і театром на 17 тис. місць.

У Римській імперії з розвитком транспортних шляхів повсюдно виникали *приватні постоялі двори та заїзди*. Ці дороги признача-

лися насамперед для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, окремих верств інтелігенції. Невід'ємною складовою цих доріг була мережа «поштових станцій», де мандрівники могли змінювати коней або мулів, одержувати їжу та нічліг. Через низький рівень обслуговування і комфорту в притулках для подорожуючих зупинялися тільки тоді, коли не було можливості зупинитися в родичів чи знайомих. У тогочасних закладах розміщення протікали дахи, та й проживання було небезпечним.

Деякі багаті землевласники також будували *власні заїжджі двори* – на межах своїх володінь. Римляни споруджували готелі, щоб відшкодувати витрати на будівництво доріг. Про те, наскільки серйозно розглядали в давнину надійність закладу, що надавав мандрівникам притулок, харчування й ночівлю, свідчить той факт, що серед римських законів була передбачена відповідальність такого підприємства за речі гостя. Навіть сьогодні законодавство деяких держав регулює це питання, ґрунтуючись на наведених положеннях Римського громадянського права. Проте власники давньоримських постійних дворів (на відміну від подальших часів) були обмежені в таких громадянських правах, як право служити в армії, порушувати справу в суді, скласти присягу і виступати опікунами чужих дітей. Моральні засади будь-якої особи, що займалась цим бізнесом, автоматично піддавались сумніву.

З появою регулярного державного поштового сполучення (у часи імператора Октавіана Августа – початок нашої ери) з'явилися і *державні постійні двори*. Держава створювала їх у містах і на головних дорогах, якими проїжджали кур'єри і державні службовці від Риму до Малої Азії або до Галлії, розташовані один від одного на відстані одного дня їзди конем. Із завоюванням нових територій і розширенням меж Римської імперії її звичай, господарська та організаційна структури поширювалися на нові провінції і підкорені країни.

Суворі класова структура, що лежала в основі Римської держави, вплинула на діяльність підприємств гостинності того часу. Вже тоді мала місце певна *класифікація готелів*. Існувало два типи «пристановищ» у провінціях і в самому Римі: одні з них призначались тільки для патрицій (мансіонес), інші – для плебеїв (стабуля-

рії). Римський готель мав вигляд комплексу, що складався з приміщень різного функціонального призначення: не тільки кімнати для розміщення мандрівників, але й складські приміщення, конюшні, майстерні тощо. Будувалися вони здебільшого з каменю і надавали необхідний перелік послуг. Узимку навіть обігрівалися. Деякі готелі обслуговували лише офіційних осіб за спеціальними документами, що видавалися державою. Ця традиція збереглася й дотепер у формі спеціальних приміщень для особливо важливих персон.

Проте ніколи купці, торговці та інші мандрівники з простого народу не могли бути поселені поруч із державними службовцями та урядовими гінцями. Таверни і заїжджі двори, призначені для обслуговування людей нижчих класів, пропонували мінімальні умови для ночівлі та відпочинку: їм доводилося спати просто на соломі, а в холодну пору року – грітися до теплої спини свого коня. Про якийсь додатковий комфорт навіть не йшлося.

Із розвитком господарських відносин у Римській імперії зростали й вимоги мандрівників до умов проживання та рівня обслуговування. Як результат, виникли добре впорядковані й багаті постійні двори, де були лазні, масажні, пральні, послуги чищення взуття. Стежили за порядком, чистотою і дотриманням законності при наданні послуг гостинності державні чиновники – еділи. Постійні двори були зобов'язані вести список гостей і бухгалтерію.

Величезну роль у появі закладів гостинності відіграв розвиток торговельних зв'язків на Близькому Сході, в Азії та Закавказзі. У стародавній Персії мандрували на верблюдах великими караванами. Ночували здебільшого в шатрах, які розбивали поряд із караванним шляхом. Для припинення нападів на купців і гарантування безпечного проїзду на дорогах Сирії, Палестини, Єгипту, Вавилону були створені *караван-сарай* – такі собі «готельні комплекси», що мали і загони для верблюдів, і приміщення для ночівлі людей, оточені фортечною стіною, яка захищала і від природних стихій, і від розбійників, що грабували каравани. Причому послуги проживання і харчування надавалися впродовж трьох днів за рахунок казни, а по закінченні цього терміну гість змушений був або платити за надані послуги, або рухатися далі.

Особливого розвитку вони набули в IX-XVIII ст. зі зростанням міст і посиленням транзитної караванної торгівлі. Найпоширенішими були *два типи караван-сараїв*: зальні і з внутрішнім подвір'ям. Зальні караван-сараї (зустрічаються у Вірменії) – це прямокутні будівлі, розділені на нефі. Середній неф був призначений для людей і товарів, а в бокових розміщувалися тварини. У другому типі караван-сараїв для ночівлі людей і зберігання товарів були призначені відкриті у внутрішній двір невеликі приміщення, розташовані в один чи декілька ярусів, худоба знаходилася в дворі.

На той час зручності, які надавалися мандрівникові в Азії, значно перевищували ті, на які можна було розраховувати в Європі, оскільки на Сході торгівля була жвавішою і мандрували люди частіше. Один із караван-сараїв, що зберігся до сьогодення, знаходиться в Іспанії (в Гренаді). Довкола внутрішнього двору на трьох поверхах розміщені номери. Аналогічні караван-сараї зустрічаються і в Стамбулі. В Туреччині збереглося понад 100 караван-сараїв, але вони не функціонують, хоча доступні екскурсантам як музеї.

Після падіння Римської імперії інтерес сфери послуг гостинності змістився з обслуговування мандрівників на відвідувачів інших категорій. Якщо люди й подорожували, то здебільшого ці подорожі були пов'язані або з королівським двором, або з церквою. Поступово форми готельного обслуговування розвивалися і вдосконалювалися.

II період розвитку готельного господарства характеризує **Середньовіччя**. У середні віки на розвиток підприємств гостинності величезний вплив мали релігійні традиції. Масові поїздки купців, підмайстрів, духовенства, а також численних палігримів і прочан формують новий напрямок у видах надання притулку. Церква зобов'язувала монастирі гостинно приймати прочан, організувати для них ночівлю, надавати харчування. Так звані «будинки для прочан» можна схарактеризувати як різновид готелів, що утримувалися релігійними орденами і надавали всім безкоштовний притулок заради любові до ближнього. Умови проживання залишалися досить примітивними, а управляли ними рами, що

прислугувували священикам і настоятелям храмів.

Значний розвиток готельної справи в Європі спостерігається тільки з VIII-IX ст. після того, як Карл Великий (768-814 рр.) видав едикт, яким зобов'язав монастирі та церкви утримувати «*госпиції*» – будинки, що надавали подорожнім і прочанам ночівлю, харчування, відпочинок, лікувальні процедури, ванну. Тарифів на кімнати не було, але завжди сподівалися на якісь пожертви. Найбільшого поширення «госпиції» набули в Швейцарії, яка завдяки старим традиціям і сьогодні вважається найавторитетнішою у сфері готельного господарства та готельних послуг.

Поступово безкоштовний притулок перетворився в спеціальні підприємства, розраховані на отримання прибутку. Ці установи зі зростанням вимог з боку мандрівників і з технічним прогресом, який відбувався одночасно, набували нових і різнобічних форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі до сучасних.

Центром міжнародної торгівлі в IX-XII ст. став Константинополь, куди з'їжджалися купці з півночі і півдня – болгари, вірмени, росіяни, араби, італійці; звідси товари поширювалися по всій Європі. Для надання притулку прибулим будувалися в місті гостинні двори, деякі з них збереглися й до сьогодні. Створенню аналогічних закладів сприяли знамениті ярмарки у Франції (в Сен-Дені, Труа), Італії (в Феррарі, Павії), в німецьких князівствах (у Вормсі, Кьольні, Майнці, Шлейрі) та ін.

У XIII-XIV ст. зі зростанням і розвитком ремесла та торгівлі, поживаленням внутрішніх і міжнародних економічних зв'язків у Європі широкого розповсюдження набула система тимчасового проживання в готелях за плату. Перші заклади такого типу під назвою *taberna perperua* з'явилися на Рейні і Мозелі (найважливіший торговельний шлях Середньовіччя). Розташовувалися вони здебільшого на перетині цих шляхів або в центрі міста на ринковій площі. Це були *приватні житлові будинки* або окремі кімнати в них. Власники готелів нерідко виконували й функції посередників у справах своїх клієнтів, виступали перекупниками та агентами.

Так з'явилися прототипи сучасних готелів. Приблизно тоді ж була здійснена перша офіційна спроба їхньої класифікації. Наприклад, у Берліні, де тоді проживало близько 130 тис. мешканців,

було 9 заїжджих дворів I класу, з них два вже називалися готелями; 10 заїжджих дворів II класу та 13 заїжджих дворів III класу.

В Англії відчутний розвиток приватних заїжджих дворів і таверн розпочався лише в період пізнього середньовіччя і особливо під час Реформації, коли англійський король Генріх VIII провів секуляризацію монастирів (перетворення церковної власності на державну). Мандрівники вже не розраховували на безкоштовну ночівлю в монастирях і були змушені зупинятися в приватних заїжджих дворах.

Англійський готель був місцем, де відвідувачі займалися різними видами спорту: іграми з дротиками та гральними костями, доміно, більярдом та *bagatelle*; користувалися значним попитом і бої півнів. Ті, хто надавав перевагу активним видам спорту, використовували готелі як місця збору для риболовлі, стрільби, полювання. Проте основним заняттям вважалося споживання пива, елю, вина, а пізніше джину. Перепис 1577 року виявив 14202 пивних заклади, 1631 готель і 329 таверн у Англії та Вельсі.

Задовго до того, як з'явилася національна поштова система, при окремих готелях були конюшні і коні для користування королівською поштою, що також сприяло розвитку готелів. У середині 1600-х років деякі заклади гостинності почали випускати неофіційні грошові знаки, які поважні власники готелів гарантували викупити за гроші королівства, що свідчило про особливе ставлення до даних підприємств та їхніх господарів.

У руських містах був поширений інший тип середньовічних готелів – *гостинні двори*. Вони відрізнялись від заїжджих тим, що, крім розміщення і харчування, тут були можливості для проведення комерційних операцій, тобто в цих дворах об'єднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, крамниці та склади. Переважно все це обгороджувалося стінами та баштами з в'їзними воротами, оскільки вони передбачалися саме для торгівлі й зберігання товарів, бо купцям не дозволялося торгувати у власних будинках. Ця заборона стосувалася всіх категорій товарів та купців і була знята тільки у XVIII ст.

Перші гостинні двори на Русі були засновані в XII ст. у Великому Новгороді. Розміщення іноземних купців проводилося за національною ознакою. У XII-XV ст. у Новгороді існували «готський»,

Поняття «гостинності» і «готельного господарства»

«німецький», «датський» гостинні двори, в Москві – «аглицький», «грецький», «німецький», «перський», «вірменський» та ін.

Діяльність гостинних дворів у Середньовіччі регламентувалась спеціальними правилами (що мали назву «скрій»), які встановлювали порядок взаємин мешканців двору між собою і з місцевим населенням, визначали вимоги до поведінки, проведення торгових операцій тощо. Особливо акцентувалась увага на вимогах стосовно безпеки життя, майна клієнтів і житла.

Прогресивним напрямом діяльності підприємств гостинності в середньовічному періоді стало створення перших професійних асоціацій. Так, у 1282 р. трактирники міста Флоренції в Італії заснували свою гільдію «*Союз власників готелів*», що встановлював правила для себе і своїх гостей, але активне надання монастирями безкоштовних послуг подорожнім стримувало розвиток приватних закладів розміщення.

III період розвитку готельного господарства припадає на **Новий час** (XVI ст. – початок XX ст.), оскільки характеризує етап становлення раннього капіталізму. Саме тоді відбувався інтенсивний розвиток готельної справи. Концентрація виробництва в містах, пошуки вигідних ринків збуту продукції, встановлення міжнародних зв'язків сприяли міграції значної частини населення. Завдяки цьому різко зросла кількість готелів у багатьох країнах світу.

На зміну скромним пансіонам і «кімнатам для гостей» у будинках священнослужителів, монастирях і релігійних місцях відкрилися перші комфортабельні готелі. Один із перших готелів в **Європі**, «Готель Генріха IV», був збудований у м. Нанті в 1788 році. У ньому налічувалось 60 ліжко-місць і він вважався кращим у Європі.

У 1801 р. в Німеччині був відкритий першокласний готель «Бадіше-Хоф» у Баден-Бадені, у 1812 році в центральній Швейцарії почав діяти готель «Риги-клес-терли», у 1832 р. – готель у м. Фальхорн, у 1859 р. – «Гранд-отель Швайцер-хоф» у м. Інтерлакені. Збудований у 1861 р. готель «*Moris*» у Парижі вже мав 700 номерів із водою, ліфт і ресторан на 1500 місць. Разом із відкриттям упорядкованих готелів і розкішних ресторанів до послуг клієнтів були створені й нові розважальні заклади: нічні клуби, кабаре тощо.

У Німеччині на межі XVIII-XIX століть виникли перші курорти мінеральних вод – у Хайліген-дамі, Нордернеї, Травемюнді. У цей період будувалися розкішні готелі, що обслуговували представників аристократичних кіл, «нового дворянства», вищого офіцерства. Залежно від пори року еліта або перебувала на французькій чи італійській Рив'єрі, або відпочивала на термальних курортах Швейцарії і Німеччини, або подорожувала до Північної Африки, Єгипту чи Греції. Багатоваріантність можливих місць відпочинку зумовлювалася обов'язковою наявністю комфортабельних готелів.

Найкращим зразком староанглійського готелю був *поштовий готель*, який процвітав у XVIII і на початку XIX ст. Ера поштових карет у Великобританії набула значного розмаху в 1784 р., коли Парламент уповноважив карети перевозити урядову пошту. Була встановлена національна поштова система і більшість готелів використовувалися як поштові. Згодом з'явилися й поштові карети. Дорогою карети кілька разів зупинялися в тавернах чи заїжджих дворах, що дістали назву *поштових станцій* чи т.зв. *каретних готелів*, які були покликані задовольняти потреби королівської пошти. Господарі готелів влаштовували стайні для коней, а англійський закон проголосив готель громадським будинком, власник якого відповідав за умови проживання мандрівників. Сільські готелі залежали від звичок своїх гостей і значна частка їхнього бізнесу полягала в наданні коней для карет.

Каретна ера закінчилася в 1838 р., коли англійський парламент прийняв рішення про перевезення пошти залізницею. А з 1900-х років сільські готелі були знову відкриті велосипедистами, потім мотоциклістами, і набули ще більшої ваги для мандрівників. Заїжджі двори вздовж доріг проіснували досить довго, аж до середини XIX ст., а подекуди й довше. І тільки через деякий час розвиток автомобільних перевезень знову повернув людство до традиційних готелів «уздовж шосе», подавши їх у новому вигляді (у вигляді мотелів).

Із появою залізниць і пароплавів розширилися можливості розвитку туризму. В нових транспортних засобах були створені максимальні зручності, досягається високий рівень комфорту: з'являються спальні вагони, вагони-ресторани тощо.

На вищій щабель піднялася й готельна справа. Переважну більшість туристів становили аристократи та буржуазія. Вони ставили підвищені вимоги до рівня та якості обслуговування, спонукаючи цим власників готелів піклуватися про вдосконалення своїх закладів. Поступово в столичних європейських містах з'явилися комфортабельні готелі, розташовані в спеціально збудованих будівлях (приватних резиденціях) або в чудових державних особняках. Звідси походить французька назва «*готель*», що означає міський палац магната, місце перебування уряду чи міської влади. Назва «отель» надавалася палацам або будинкам палацового типу, передбаченим для розміщення в них важливих гостей, окрім основного палацу, в якому проживав сам власник отелю. Як правило, в такому палаці перебували гості та їхня прислуга. Це були готелі-люкси з ресторанами і найвищим рівнем обслуговування.

XIX століття стало переломним у розвитку готельної справи. Разом із перенесенням назви «готель» (приватна міська резиденція французького аристократа) на будівлю, що слугує тимчасовим місцем перебування кожного мандрівника, який мав достатню кількість грошей, почався період будівництва постійних дворів-готелів підвищеної комфортності по всій Європі.

Приплив заможних англійців та американців до Європи змінив традиційну культуру готельних послуг: вони набули уніфікованого та стандартизованого характеру. Саме тоді до активного вжитку були залучені англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». Наприкінці XIX ст. в Європі (насамперед у Швейцарії) розпочали будівництво сучасних готелів із високим рівнем комфорту. На зміну традиційним готелям зі скромними назвами («Англійський двір», «Стара пошта» та ін.) з'явилися розкішні готелі з гучними назвами «Брістоль», «Метрополь», «Палас», «Савой» чи просто «Гранд-Отель», позбавлені будь-якого зв'язку з місцевими традиціями.

З кінця XIX і початку XX століття різко зросла кількість готелів не тільки в Європі, але й на Близькому Сході, північній частині африканського континенту та Північній Америці.

Особлива роль у розвитку закладів гостинності належить *США*. На думку істориків, перший заїжджий двір тут з'явився значно пізніше, ніж у Європі, – тільки в 1607 році. Одна із перших таверн

була відкрита в Бостоні в 1634 р. А в 1642 р. у Нью-Йорку (на той час – Новий Амстердам) голландцями була відкрита перша таверна. Відтоді таверни стали центрами громадського життя, місцем зустрічей для солдатів і бізнесменів. Вони процвітали не тільки в містах, але й уздовж великих трас, особливо на перехрестях.

Першим американським готелем, розміщеним у спеціально збудованій для нього будівлі, був відкритий 1794 року в Нью-Йорку 73-кімнатний «*City Hotel*». До того часу під готелі пристосовували здебільшого житлові будинки. Це стало поштовхом для будівництва таких закладів у Бостоні («*Exchange Coffee House*»), Балтиморі («*City Hotel*»), Філадельфії («*Mansion*»). Першим багатопверховим готелем (хмарочосом) став нью-йоркський готель «*Adelphi*», що мав аж 6 поверхів.

У 1829 р. у Бостоні (США) відкрився готель першого класу «*Tremont House*», який заслужив титул «прабатька сучасної готельної індустрії». Послуги, що надавалися тут, на той час не мали аналогів ані в Америці, ані в Європі. Маючи 170 номерів, «*Tremont House*» був найбільшою і найдорожчою будівлею в США. Готель славився своїми нововведеннями: тут пропонували номери різної місткості (одномісний і двомісний); кожний номер зачинявся ізсередини; був обладнаний пристроєм для вмивання (таз, глек, безкоштовне мило). Крім того, вперше в історії готельного бізнесу номери були обладнані переговорною системою (прообраз телефонів), яка зв'язувала клієнтів із персоналом готелю. За харчування відповідав французький шеф-кухар, а персонал готелю був добре вишколений.

Концепція обслуговування, запропонована готелем «*Tremont House*», була відразу скопійована і впродовж наступних 20 років морально застаріла. Стандартний дизайн для американських готелів був установлений на багато років. Сам же готель закрили на модернізацію і проіснував загалом 65 років, в т.ч. останні 20 – як другокласний готель.

Упродовж всього XIX ст. у США відбувався готельний бум. Власники готелів прагнули перевершити один одного розмірами, високою та пишнотою нових готельних будівель. У 1875 р. у Сан-Франциско був відкритий найдорожчий і найрозкішніший готель

того часу «*Palas Hotel*», який пропонував 800 номерів. Його будівництво коштувало 5 млн. доларів за тогочасними цінами.

Але жорстока конкуренція між готелями, яка змушувала будувати якнайдорожчі і найбільші готелі, привела до розшарування готельного продукту вже наприкінці XIX ст. Унаслідок цього були поширені два типи готелів: одні були розкішними і великими, інші – маленькими і застарілими, що пропонували послуги за низькими цінами.

На рубежі XIX-XX ст. індустрія гостинності перетворилася у важливу галузь. Поступово жорсткішою ставала конкуренція в галузі готельного бізнесу. Дрібні (сімейні) готелі, не витримуючи останньої, розорялись, їх поглинали готельні об'єднання, синдикати, акціонерні товариства, корпорації, компанії, які займалися будівництвом готелів, підготовкою кадрів, питаннями ціноутворення, і дія їхня поширювалася не лише в межах своєї держави, але й за кордоном. На початку XX ст. найбільшими серед них були *Лондонський синдикат власників готелів* і *французька «Спілка власників готелів»*. У 1906 р. була організована *Міжнародна спілка власників готелів*, що об'єднала 1700 готелів у різних країнах світу. Вдосконалювався й сервіс: у Дюссельдорфі був відкритий перший у світі інститут готельного господарства.

Перші роки XX ст. вважаються часом початку будівництва готелів для бізнесменів і комерсантів. Першим перспективність цього напряму зрозумів Елсворт Статлер. У 1908 р. Він відкрив готель у м. Буфало під назвою «*Buffalo Statler*», що орієнтувався виключно на ділових клієнтів. Це була принципово нова концепція у готельній справі, заснована на наданні гостям максимальних зручностей.

Розвивалася готельна справа і в Російській імперії. Зазначимо, що на території Росії та України до 1916 року більша частина готелів (великих і на той час сучасних) належала чи контролювалася 10 великими акціонерними товариствами, які й визначали всі аспекти роботи готельного господарства (вартість номера, набір послуг тощо). Але поряд із фешенебельними готелями в Росії та Україні існувало дуже багато старих нічліжок, де не було елементарного санітарного обладнання й сервісу.

IV період (сучасний) пов'язаний із бурхливим розвитком різних засобів транспорту, особливо автомобільного та авіаційного, поживленням міжнародної торгівлі і культурних зв'язків між країнами й подальшим розвитком туризму.

Після Другої світової війни готельне господарство розвинених країн перетворилось на значну галузь – «*готельну індустрію*» зі своїми інститутами, послугами, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом, що для багатьох країн стало реальним джерелом доходів та отримання іноземної валюти. Готелі почали надавати масові та різноманітні послуги. Із предмета розкоші туризм перетворився на потребу для більшості населення високорозвинених індустріальних країн.

При спорудженні фешенебельних готелів обов'язковими стали такі спортивно-розважальні елементи, як плавальні басейни сучасних конструкцій закритого і відкритого типів, сауни, солярії, гімнастичні і спортивні зали з кабінетами для масажу, косметичні салони, бари, нічні клуби.

У повоєнному розвитку готельного бізнесу чітко простежуються два періоди: перша хвиля припала на середину 50-х років, друга – на кінець 60-х – початок 70-х років. За цей час у готельних послугах сталися істотні зміни в плані технічного оснащення: наприклад, невід'ємними елементами готельного сервісу стали кондиціонери повітря з апаратурою для індивідуального контролю, телевізійні системи в номерах з автономною демонстрацією фільмів, індивідуальна сигналізація, досконаліші засоби зв'язку тощо.

Після Другої світової війни, у 50-х рр., сталися значні зміни і в готельному бізнесі США. У 1952 р. Кемонс Вілсон збудував один із перших готелів для автомобілістів «Holiday Inn». У цей час американці почали більше подорожувати, що потребувало значної кількості номерів, зручних для сімейного та індивідуального відпочинку, але без необхідності сплачувати за весь комплекс послуг, пропонованих готелем. Поява мотелів з обмеженим набором послуг за порівняно низькими цінами була найкращим розв'язанням проблеми. Зростання кількості і популярності мотелів як нової готельної концепції створило значну конкуренцію між власниками цих двох видів підприємств розміщення – нового і старого типу.

Багато готелів старого типу були змушені назавжди зачинитися. Боротьба набувала подекуди драматичного характеру і завершилася тільки в 60-х роках визнанням нової готельної концепції і прийняттям власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, яка згодом була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів.

В цей же час в американському готельному бізнесі з'явилися нові тенденції – вихід на міжнародний ринок нових послуг: кілька перших готелів «Intercontinental» були збудовані авіакомпанією «Pan-American». Незважаючи на ці кроки, американський вплив у світі був незначним аж до кінця 60-х років. Лише на початку 1970-х американська готельна експансія почала набувати глобальних розмірів. До кінця 80-х років весь діловий світ стежив за розвитком таких готельних мереж, як «Marriott», «Ramada», «Sheraton», «Radisson» та ін. У повоєнний час у США відбулося різке, як у жодній країні світу, збільшення обсягу капіталовкладень у будівництво нових готельних комплексів. У результаті місткість номерного фонду мотелів, готелів, трейлерних парків, спортивних і рекреаційних таборів, а також різноманітних спеціалізованих закладів відпочинку і розваг істотно збільшилася, зазнавши помітних змін, що відображали зрушення в характері попиту і в структурі рекреаційних галузей.

Здешевлення ЕОМ, випуск міні- і мікрокомп'ютерів розширили можливості їхнього використання: якщо в 1960-х роках тільки готельні ланцюги і великі незалежні готельні фірми використовували ЕОМ, то через десятиріччя до їхніх послуг звернулися і дрібні фірми готельно-ресторанного сервісу. Економічні вигоди були настільки відчутними, що в організаторів цього бізнесу не виникло сумнівів стосовно їхнього майбуття і перспективності запровадження в технологію підприємств. Автоматизація певних готельних операцій стала одним із найвдаліших вирішень питання найму обслуговуючого персоналу готелів. Саме нестача обслуговуючого персоналу, який виконував фізичну роботу, змусила більшість готелів автоматизувати низку операцій: ліфти без ліфтерів, прямі телефони, машини для виготовлення льоду тощо.

В цей період відбулася подальша диференціація готелів за функціональним призначенням. У зв'язку зі значним розвитком автомобільного транспорту з'явилися нові типи готельних комплексів для автотуристів (мотелі, кемпінги та ін.). Розвиток водного туризму також сприяв появі нових типів готельних комплексів (ботелів, ботокемпінгів, флотелів, флотокемпінгів).

1.4. Особливості розвитку міжнародних готельних мереж

Поглиблення спеціалізації підприємств гостинності пов'язане з утворенням *міжнародних готельних мереж*, які відіграють величезну роль у розробці і просуванні високих стандартів обслуговування. *Готельний ланцюг* передбачає об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, що проводиться під єдиним керівництвом, у межах єдиної концепції просування продукту і під спільною торговою маркою. Готелі в ланцюгах можуть бути об'єднані *в результаті будівництва та купівлі підприємств готельною компанією; укладення з відомою готельною компанією-франчайзером угоди франчайзингу; підписання контракту на управління*. У зв'язку з цим у складі ланцюга, крім повноправних членів, є асоційовані члени, які беруть участь у бізнесі на основі угоди франчайзингу. В таких випадках ланцюг не відповідає за втрати за франчайзинговими операціями і не має права на прибутки, за винятком суми за франчайзинговою угодою, яка йому належить. Значна частина підприємств таких славнозвісних ланцюгів, як *Holiday Inn, Radisson Hotels, Ramada* та ін., входить до їхнього складу на умовах договору франчайзингу.

З 1950-х років в організаційній структурі управління готелями у світовій готельній індустрії сформувалися різні моделі організації готельної справи.

Перша модель – модель Рітца, пов'язана з іменем швейцарського підприємця Цезаря Рітца. Основна ставка в цих престижних готелях робиться на європейські традиції вишуканості та аристократизму. Нині ця модель зазнала кризи.

Друга модель пов'язана з іменем американця Кемонса Вілсона (готельний ланцюг *Holiday Inn*). Вона вирізняється значною гнучкі-

стю при задоволенні потреб клієнтів у поєднанні з дотриманням високих стандартів обслуговування. Основні вимоги в готельних ланцюгах, організованих за цією моделлю, зводяться до таких моментів: єдність стилю (архітектура, інтер'єр); єдність позначень і зовнішньої інформації; просторий і функціональний хол; швидкість реєстрації клієнтів; номери, передбачені для постійних клієнтів; сніданок «шведський стіл»; наявність конференц-залу; гнучка система тарифів; єдине управління, маркетинг і служба комунікації. Під контролем готельних ланцюгів, збудованих за другою моделлю, перебуває понад 50 % готельних номерів у світі.

Третя модель – «незалежні» готельні ланцюжки (наприклад, *Best Western*). У даному випадку під єдиною торговою маркою об'єднуються готелі за однорідними ознаками, що витримують певні стандарти і набори послуг, незалежно від країни розташування. Готелі-члени ланцюга сплачують внески до єдиного фонду, який витрачається на спільну рекламну і маркетингову діяльність, просування продукту. При цьому повністю зберігається їхня фінансово-економічна та управлінська самостійність. Можливе й поєднання другої моделі із третьою. Прикладом такого поєднання є ланцюг готелів *Accor* (найбільший у Європі), який пропонує готелі різних класів і виступає на ринку під різними марками. Марки *Pulman*, *Sofitel*, *Novotel* – це готелі вищого класу, *Mercure* – середнього класу, а марки *Ibis*, *Etap*, *Formule 1*, *Motel 6* – готелі економ-класу.

Згідно з класифікацією, запропонованою **Міжнародною готельною асоціацією (МГА)**, готельні ланцюги можна умовно поділити на такі три категорії:

перша – корпоративні ланцюги – готельні корпорації, що володіють численними підприємствами;

друга – ланцюги незалежних підприємств, що об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами та інших дорогих для окремого підприємства послуг;

третья – ланцюги, що надають управлінські послуги.

Існує багато поглядів на *причини успіху* готельних ланцюгів, серед яких найважливіші – сталість якості продукту, ідентичність послуг на різних підприємствах, а також доступність цін. Кожний тип готелю, що входить до готельного ланцюга, має свою марку.

Перевагою компаній, які суворо дотримуються своїх фірмових найменувань, є те, що користувачі послуг одного готельного ланцюга чітко уявляють якість обслуговування і розміщення на підприємстві, що належить до цієї мережі, незалежно від його місця розташування. Це дозволяє задовго до відкриття нового готелю проводити його рекламу і бронювання.

Хоча першим готельним ланцюгом у світі вважається європейський *Cesar Ritz*, бурхливий розвиток і вдосконалення цієї тенденції припадає на США. Особливо швидкими темпами цей процес відбувався в 1950-60-х роках. Саме тоді розпочали свою діяльність найбільші готельні мережі світу. У 90-х рр. XX ст. лідерами з міжнародної діяльності були: США – *Best Western International, Choice International, Holiday Hospitality, Marriott Hotels, ITT Sheraton*; Франція – *Accor, Club Mediterrance*; Великобританія – *Forte Hotels, Hilton International*; Іспанія – *Sol-Melia*; Гонконг – *New World Renaissance, Shangri-La, Mandarin Oriental*; Японія – *Prince Hotels, Tokyo Hotel Group*; ПАР – *Protra Hotels and Inns, Karos Hotels*; Мексика – *Grupo Posadas de Mexico, Grupo Situr*; Куба – *Cubatur*; Бразилія – *Othon Hotels* та ін.

Уже понад 30 років журнал «*Hotels*» публікує готельні рейтинги. У 1971 році, коли була започаткована ця традиція, список налічував 100 найбільших ланцюгів. У 2000 р. він збільшився втричі (див. табл. 1, де наведена 10-ка найбільших готельних мереж).

Район дії кожної корпорації значно перевищує територію однієї держави. Готельні та ресторани підприємства корпорації «*Marriott*» є в усіх штатах США та в 27 країнах світу. Кількість готелів цієї корпорації, за даними на 2000 р. (див. табл. 1), досягла 1381 на понад 280 тис. номерів. А готельна корпорація «*Інтерконтинентальотель*» (США) володіє 74 готелями (27 540 номерів) у 48 країнах світу і продовжує їхнє будівництво тощо.

Окрім готельних ланцюгів, на світовому ринку активно функціонують специфічні об'єднання, основна мета яких – виявляти найкращих представників готельного бізнесу. Серед них міжнародна корпорація «*Провідні готелі світу*» (з 1928 р.), міжнародна організація «*Привілейовані готелі і курорти світу*», міжнародна готельна асоціація «*Найтихіші готелі світу*» (з 1968 р.) та інші.

Поняття «гостинності» і «готельного господарства»

Питаннями координації функціонування готельних ланцюгів і асоціацій незалежних готелів і ресторанів у Європі займається Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського економічного співтовариства (ХОТРЕК).

Таблиця 1
Найбільші готельні мережі світу (дані на 2000 р.)

<i>Готельний ланцюг</i>	<i>Країна, в якій знаходиться штаб-квартира</i>	<i>Кількість готелів</i>	<i>Кількість номерів</i>	<i>Кількість країн, в яких розміщені підприємства</i>
Hospitality Franchise System, Inc	США	5599	509 421	6
Best Western International	США	3715	298 803	60
Choice Hotels International	США	3476	283 034	38
Holiday Hospitality	Англія	2350	395 000	62
Accor	Франція	2205	279 145	73
Marriott International	США	1381	283 029	27
Forte PLC	Англія	959	98450	60
Carlson Hospitality Worldwide	США	437	98 000	39
ITT Sheraton Corporation	США	417	129937	61
Hilton Hotels Corporation	США	223	92 119	8

Кількісне зростання готельних мереж, їхнє злиття та об'єднання формують хибне враження про зниження різноманітності пропозиції та відпочинку. Проте на практиці спостерігається інша *тенденція*: поширення ланцюгів не може задовольнити індивідуальні вимоги туристів (через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування тощо), що створює підґрунтя для розвитку малих незалежних готелів, які роблять ставку на унікальність і неповторність. Такі готелі спеціалісти-готельєри називають прототипами готелів XXI ст.: комфортабельні, без ресторану (ресторан знаходиться поруч), збудовані в сільському стилі, пропонують послуги за помірними цінами і мають все необхідне для роботи та відпочинку, де клієнти отримують вишукане персоналізоване обслуговування. Саме унікальність малого готелю є основним інструментом ринкової політики.

Визначальною тенденцією розвитку світового готельного господарства залишається *централізація управління*. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їхнього рейтингу, зазнаючи жорсткої конкуренції, шукають будь-які можливості для збільшення свого потенціалу. Причому централізація управління в дрібних готельних ланцюгах відбувається інтенсивніше, ніж у великих. До централізації менш схильні так звані управлінські компанії (consortia). Процес укрупнення готельних мереж ґрунтується насамперед на розвитку системи франчайзингу (нині приблизно 80 % готелів входять у ланцюги саме на правах франчайзингу).

Останнім часом у деяких країнах світу почали створюватися багатопрофільні концерни, що обслуговують майже всю сферу туризму. Цьому сприяв значний розвиток авіації, який призвів до того, що кількість пасажирських місць у літаках набагато перевищила можливість готелів. У зв'язку з цим, авіаційні компанії почали активно залучатися до сфери готельного господарства. Так, американська авіакомпанія ТВА придбала за кордоном 53 готелі відомої корпорації «Hilton», утворивши нову компанію «Hilton International», підприємства якої розташовані в 36 країнах. А французька авіаційна компанія «Ер-Франс» заснувала власну готельну і туристичну корпорацію «Сотер». Інтеграція готельних фірм з авіаційними компаніями дозволяє надати клієнтам різні тарифні пільги, наприклад продаж авіаквитків за пільговими цінами, продаж номерів у кредит та ін. Має місце й інтеграція із судноплавними компаніями.

Для залучення потоку іноземних туристів у багатьох країнах використовуються найрізноманітніші засоби – розвивається мережа готелів для іноземних туристів, поліпшується рівень їхнього оснащення та обслуговування, реставруються архітектурні пам'ятки, що мають світову цінність, будуються унікальні рекреаційні об'єкти. Наприклад, у Франції помітну роль у залученні до країни додаткових потоків іноземних туристів відіграє відкритий під Парижем парк атракціонів «Євродисней», аналог знаменитого «Диснейленду» в Америці.

Ключ до успіху в цій справі, як вважають фахівці готельного бізнесу, прихований у особистості людини, про що свідчать досягнення найвідоміших готельєрів світу.

Цезар Рітц, як і інші піонери готельної індустрії, розпочав свою кар'єру в 15 років учнем управляючого готелю, а вже в 19 років – керував одним із паризьких ресторанів, але залишив цю роботу і влаштувався помічником офіціанта в знаменитому ресторані *Voisin*. Саме там він засвоїв мистецтво догоджати смакам багатих і знаменитих. В 22 роки Рітц став менеджером *Grand National Hotel* у Люцерні (Швейцарія), що завдяки його винахідливості став надзвичайно популярним. Через одинадцять років він очолив *Savoy Hotel* у Лондоні – один із найфешенебельніших готелів світу. Він зробив свій готель центром культурного життя вищого товариства, запровадивши традицію, згідно з якою відвідувачі приходили до ресторану тільки у вечірніх костюмах і сукнях. Разом із Огюстом Ескоф'є (шеф-кухарем) Рітц сформував колектив, який умів готувати найвишуканіші європейські страви, а також створювати витончену атмосферу в ресторані, що відповідала цим стравам. Він запрошував найкращі інструментальні оркестри і взагалі не шкодував коштів на різні спецефекти.

Найважливішою рисою керівника Рітц вважав уміння спілкуватися з публікою. Його увага до клієнтів та їхніх бажань підняла мистецтво менеджера на новий щабель. До сьогодні ім'я Цезаря Рітца в готельному бізнесі – синонім елегантності та вишуканості.

Елсворт Мілтон Статлер (готелі «*Statler*») вважається одним із найвидатніших представників готельного бізнесу всіх часів і народів. Саме він запровадив високі стандарти комфорту і зручностей у готелях для туристів середнього класу за доступними цінами. Його особисте життя – це історія подолання труднощів. У 15 років, маючи за плечима всього 2 роки роботи кур'єром у провідному готелі м. Вілінга (штат Західна Вірджинія), Статлер обійняв посаду старшого коридорного. Помітивши, що більярдна кімната і готельний стіл замовлень залізничних квитків приносять найбільші прибутки, він переконав власника готелю віддати йому ці два місця в концесію. Статлер організував спеціальні змагання з більярду, пізніше – майданчик для боулінга, а потім – і власний ресторан – *The Pie House*, який став найкращим у місті. В 31 рік він вже отримував \$10000 на рік і був готовий до освоєння нових просторів в індустрії гостинності.

У 1908 р. він відкрив у м. Буфало (штат Нью-Йорк) готель *Buffalo Statler* на 300 номерів, зорієнтований на представників середнього класу. В кожному номері була ванна кімната, замість однієї великої для всіх мешканців готелю. Статлер запропонував розмістити ванні кімнати двох сусідніх номерів поруч, щоб між ними була шахта для труб із гарячою водою і для електричної проводки. Крім того, цей готель був першим, де в кожному номері були крани з водою, вішалки для рушників, телефон і великий туалет із власним освітленням.

1912 року він збудував *Cleveland Statler*, який надавав послуги великим бізнес-групам, а одним із нововведень стала «щоденна ранкова газета» кожному клієнтові готелю. Серед інших новинок Статлера – запровадження в його готелях поштових послуг, а в номерах біля кожного ліжка освітлювальних пристроїв, безкоштовних радіоточок, наявність великої кількості рушників і письмового приладдя, дзеркала на повний зріст. Статлер створив власну готельну радіостанцію і ввів центральну систему кондиціонування повітря.

Але в 1954 р. компанія *Statler Hotel Company* була придбана Гілтоном за \$111 млн., що на той час вважалося найвигіднішою угодою в історії готельного бізнесу.

Статлер підкреслював, що в готельній справі немає важливих і другорядних питань, немає дрібниць. Це він вперше сказав, що клієнт завжди правий. Висловлювання Статлера «наймайте на роботу тільки добропорядних людей, щиросердних і ввічливих, які часто й охоче посміхаються...» та багато інших майже 80 років тому лягли в основу «Кодексу поведінки обслуговуючого персоналу» (*Statler Service Code*), що не втратив своєї актуальності й донині.

Конрад Ніколсон Гілтон (готелі «*Hilton*») ввійшов до світової історії, піднявши готельний бізнес на недосяжну висоту, оскільки ввів поняття «п'ятизіркового готелю», порівнявши його з добрим коньяком. Сам він є автором тільки трьох нововведень: у 1949 р. – його готельна мережа стала першою серед американських мереж, що відкрила об'єкт за кордоном (у Пуерто-Рико); в 1951 р. – він першим установив телевізори в усі свої номери (саме в усі номери, адже перший готельний телевізор з'явився в мотелі мережі *Best Western*); а в 1957 р. – першим запропонував сервісні послуги з

прямого набору міжміських телефонних номерів. Всі інші досягнення Гілтона пов'язані не з know-how, а з гучними поглинаннями готелів. Конрад Гілтон першим у готельному бізнесі зрозумів, що багатий клієнт із задоволенням заощадить невеликі гроші на готельному номері і з не меншим задоволенням викине набагато більші гроші в казино при тому ж готелі.

Історія готельної кар'єри Конрада Гілтона розпочалась у червні 1919 р., коли, відвідавши техаське невеличке селище Сиско, замість банку, він придбав за \$5000 місцевий готель «Mobley». Новий власник здавав робітникам-нафтовикам ліжка не щодобово, а восьмигодинними змінами. Невдовзі на зароблені гроші він докупив пансіон у Форт Ворті і дві маленькі техаські нічліжки. До кінця 1923 року в Конрада Гілтона вже налічувалося 530 придбаних номерів і він вирішив, що настав час від чужих недоїдків перейти до «виготовлення власної страви». Урочиста інавгурація першого готелю «Dallas Hilton» відбулася 2 серпня 1925 року у столиці Техасу. Ця подія стала кульмінацією самостійного бізнесу Гілтона і піком його незалежної ділової кар'єри.

Стратегія Гілтона полягала в тому, що він намагався позичити якомога більше грошей для швидкого розширення бізнесу. Ця стратегія добре працювала до початку Великої депресії 1930-х років. Гілтон не зміг повернути гроші за придбані заклади і втратив деякі з них, пройшовши через процедуру банкрутства. Компанія *Hilton Hotels Inc.* влилася в Національну готельну корпорацію Муді, де Конрад Гілтон став управляючим.

Гілтон був першим, хто запровадив у великих коридорах спеціальні бари, які стали місцем зустрічей; здав в оренду площі під крамниці для подарунків і газет.

Джон Вілард Маріот (корпорація «*Marriott*») до вершини слави йшов довгим тернистим шляхом. Будучи другим із восьми дітей у сім'ї, вже в юні роки почав заробляти гроші, виконуючи найрізноманітніші види робіт: працював у мормонській місії, навчався в коледжі Weber Junior, в університеті штату Юта, продавав шерстяну білизну лісорубам, завідував книжковим магазином, викладав англійську мову в середній школі.

В 1927 році разом із дружиною Еліс Маріот розпочав продаж пива в кіоску *A&W Root Beer*, збудованому ним власноруч у Вашингтоні. В зимову пору він додав до асортименту гарячі страви і змінив назву на *Hot Shoppe* («Гарячі страви на продаж»). Ідея працювала, і до тридцяти років Маріот став мільйонером.

Саме він вперше запропонував годувати пасажирів під час перельоту. Ця ідея була реалізована ним в 1937 р. спільно з вашингтонською компанією *Hoover Airfield*. А через два роки після цього він вийшов на ринок продуктів харчування, запропонувавши свої послуги в даній галузі урядовим закладам, шкільним кафетеріям і лікарням. 1957 року Маріот відкрив перший готель *Marriott*. Завдяки успіху і позитивному іміджу компанії Маріот у 1967 р. назва її була змінена на *Marriott Corporation*.

Маріоти розвивали родинний бізнес – ресторани, банкетне обслуговування, організацію бортового харчування. У 1981 р. був відкритий сотий готель під назвою «*Marriott*», а в 2000 р. – двохтисячний. Усередині 80-х років ХХ ст. компанія витратила на будівництво готелів щорічно понад \$1 млрд., до 1989 р. вона відкривала нові готелі щотижня, і вони відразу заповнювалися, тарифи на проживання зростали, ціни на акції «*Marriott*» стрімко збільшувалися. Впродовж 1980-х років доходи й активи компанії щорічно зростали на 20 %.

Компанії довелось пережити скрутні й критичні 90-ті роки ХХ ст. Катастрофа ринку нерухомості підкинула нові можливості для росту компанії. Багато готелів конкурентів виявилися в руках банків та інших кредиторів, які й уяви не мали про готельний бізнес і не хотіли навчатися. *Marriott* збирав контракти на управління. Починаючи з 1994 р., компанія знову прогресує. За п'ять років, із 1995 по 2000 рр., кількість готелів компанії збільшилася вдвічі – з 1000 до 2000.

Кемонс Вілсон («*Holiday Inns*») був для готельної індустрії тим, ким був для ресторанної індустрії засновник імперії «*McDonald's*» Рей Крок. Влітку 1951 р., перебуваючи з сім'єю на відпочинку, Вілсон змушений був заплатити великі гроші за погано облаштований, незатишний і тісний номер готелю. Саме тут він прийшов до несподіваного відкриття, що готельний бізнес є найнерозвиненішим елементом сфери обслуговування. Це й стало поштовхом для ство-

рення ланцюга мотелів і готелів «*Holiday Inns*», що став найбільшим і найпопулярнішим ланцюгом у світі. Підприємства «*Holiday Inns*» орієнтуються на сімейне обслуговування, повне харчування та безкоштовне обслуговування для дітей.

На сьогодні готельне господарство в усьому світі стало на індустріальну основу і є галуззю економіки, причому такою, що забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельний і туристський бізнес – нерозривно пов'язані поняття. Значну роль у їхньому розвитку відіграє реклама. Завдяки їй туристи прагнуть відвідати найекзотичніші місця нашої планети, побачити щось незвичайне, задовольнивши цим свої невичерпні пізнавальні пориви (див. додаток В).

1.5. Проблеми і перспективи розвитку готельної індустрії

Потреба виживання малих і середніх підприємств готельного типу визначила нову тенденцію в спеціалізації, диверсифікації, концептуалізації та екологізації готельних послуг.

«Готель майбутнього – це спеціалізований готель», – стверджують дослідники перспектив розвитку.

Так, у готелі «*Grand Hotel Excelsior*» у Монтре (Швейцарія), що складається з 22 номерів, до набору послуг входять клінічне обслуговування: курси реабілітації після інфарктів, лікування депресії, профілактика стресів, послуги спортивної медицини, лікувальне голодування, курси вітамінного лікування, лікування морською водою і водоростями.

Готель «*Siminar-Hotel*» у Давосі спеціалізується на організації обслуговування конгресів, конференцій, семінарів.

Готель «*Davos face*» має просторі зали для відпочинку, відеоапаратуру в холі, бари і призначений для молоді.

Готель «*Lasurus Hof*» (Німеччина) спеціалізується на обслуговуванні інвалідів із фізичними і розумовими відхиленнями й обладнаний спеціальними ліфтами і туалетами, широкими проходами й гаражами для колясок. Персонал спеціально підготовлений для роботи з такими клієнтами. Готель розрахований на 16 номерів і 29 місць.

Диверсифікація (лат. *diversion* – відволікання, відхилення) готельного підприємства визначається розширенням послуг (розва-

жальні, спортивно-оздоровчі, торговельні, спеціалізовані). Наприклад, у розкішному готелі «*Frankfurter Hof*» (Німеччина) відмовилися від будь-яких форм самообслуговування: замість автоматів для чищення взуття – нічні чистильники; у ліфтах – хлопчики-ліфтери; номерні міні-бари замінені на «кімнатний сервіс» – доставку в номер на бажання клієнта напоїв, сніданку; сервірування вечері, послуги офіціантів.

У німецьких «Ренесанс-готелях» привітання гостя починається з коктейлю «Ласкаво просимо»; кожний гість має свого куратора серед співробітників, що розв'язує всі проблеми; свіжа газета подається в номер пропрасованою, щоб клієнт не забруднив руки тощо.

У швейцарському місті Кульмі власник одного з готелів створив центр здоров'я і краси, діяльність якого активізується в несезонний період, коли необхідні додаткові стимули для залучення клієнтів.

Спеціалізація і диверсифікація підприємства знаходить відображення в **концептуалізації діяльності** у формі цілісної концепції, що пронизує всі види діяльності – від стратегічних завдань до кольорової гами помешкань і форми меблів. Так, концепція готелю «*Frankfurter Hof*» – «Ми повертаємося до стратегії «стародавнього Гранд-готелю»; сучасний комфорт має поєднуватися з принципом «служба сервісу виконає будь-які бажання клієнта».

Інтер'єри молодіжного готелю «*Davos face*» виконані в модерністській манері, стиль обслуговування довірливий і невимушений.

«*Siminar-Hotel*» має елегантне оформлення, досконале технічне обладнання; організація обслуговування розрахована по хвилинах, обслуговуючий персонал підтримує дистанцію ввічливості.

Єдина концепція вимагає від готельного підприємства послідовності, оскільки «політика зигзагу» не зробить підприємство прибутковим.

Формування філософії підприємства, його іміджу, підпорядкування всіх сторін життєдіяльності прийнятій концепції визначило нову тенденцію біоготелю «*Alpenrose*» (Німеччина): це готель для тих, хто не палить. Готель має всього 120 місць, коефіцієнт завантаження становить 80 %. *Екологічна концепція* готелю побудована не тільки на використанні екологічно чистих продуктів (тут не продаються «хімічні напої», а тільки молоко, соки, натуральні напої),

але й на економії ресурсів через регулювання подачі тепла, світла, електроенергії.

Програма «екологія в готелі» не завжди потребує прийняття радикальних рішень – важливі будь-які дрібниці: автоматична сантехніка на інфрачервоних променях, електричні мильниці. При цьому «екологічна програма» не досягне своєї мети, якщо не буде організоване письмове «виховання» гостей. Наприклад, заклик до клієнтів «не кидати на підлогу рушник, якщо він ще використовувався» допомагає заощадити не тільки воду й електроенергію, а й третину рушників, які перуться щодня, продовжуючи термін їхнього «життя».

Нова технологічна концепція «інтелектуального готелю» розроблена фірмою *Computer Mechanics*. Головною ознакою «інтелектуальності» готелю є інтегрована система управління для всіх служб, що дозволяє стежити за їхньою роботою з одного центру. «Інтелект» готелю залежить від того, наскільки всі служби будівлі інформатизовані і наскільки високий ступінь їхньої інтеграції.

Нині готельна індустрія США активно вивчає варіанти обслуговування гостей, виходячи з вимог, продиктованих змінами в навколишньому світі. Телевізор стане своєрідним командним пунктом гостя, виконуючи багато функцій персоналу: розбудить уранці, викличе таксі, замовить квиток, розшукає потрібну адресу. Ставка робиться на максимальну розмаїтість обслуговування, виходячи зі смаків і потреб гостей: ліжко з надувними кишнями, підігнане під необхідну пружність з урахуванням маси і зросту клієнта; м'які меблі на роликах, які за бажанням можна пересунути в будь-яке місце, та ін.

Екологізація і спеціалізація готельних підприємств, диверсифікація і «гедонізація» (гедонізм – філософія насолоди) готельних послуг, концептуалізація і технологізація пропозицій – такою є сучасна готельна політика як засіб виживання, пошуку нових «ніш ринку» і розширення асортименту готельних послуг.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Дайте визначення термінів «гостинність», «готельна послуга», «ринок готельних послуг», «індустрія гостинності», «готель», «засіб розміщення», «готельна справа».

2. На які групи поділяються готельні послуги? Наведіть приклади до кожної із груп.

3. Назвіть чинники, які впливають на формування середовища гостинності. За якими аспектами аналізують ресурси гостинності?

4. Охарактеризуйте економічну сутність готельної діяльності. В чому проявляються її особливості?

5. Назвіть основні етапи розвитку готельної справи у світі. Які заклади гостинності були притаманні кожному етапові?

6. Охарактеризуйте особливості розвитку готельного бізнесу в США. Назвіть нововведення, запропоновані американськими готельєрами, які пізніше набули популярності в усіх готелях світу.

7. Дайте визначення терміна «готельний ланцюг». Які моделі організації готельного бізнесу сформувались у другій половині XX ст.? Назвіть категорії готельних ланцюгів, запропоновані Міжнародною Готельною Асоціацією.

8. Які готельні ланцюги формують десятку лідерів? За яким критерієм визначають найбільші готельні ланцюги? Назвіть специфічні об'єднання, які створюються для визначення найкращих у готельному бізнесі.

9. Назвіть визначних людей готельного бізнесу, які заснували всесвітньовідомі готельні ланцюги. Що нового запропонував кожний із них в індустрії гостинності?

10. В чому проявляється спеціалізація, диверсифікація, концептуалізація та екологізація готельних послуг? Наведіть приклади.

2. РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

- 2.1. Зародження готельної справи в Україні.
- 2.2. Розвиток готельного господарства України в другій половині XIX – на початку XX ст.
- 2.3. Розвиток матеріально-технічної бази туризму в радянські часи.
- 2.4. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу в Україні.

2.1. Зародження готельної справи в Україні

На Русі готельна справа зародилася в XII-XIII ст. Проте ще в IX-XI ст. Давня Русь завдяки своєму географічному положенню стала центром, де перехрещувались торговельні шляхи між Заходом і Сходом, Північчю та Півднем. Налагоджувалися стійкі торговельні відносини, різнобічні культурні та релігійні зв'язки. Після запровадження християнства на Русі з Візантії до нашої країни потяглися священики, перекладачі, переписувачі книг, ремісники. На Русі аж до XVI ст. центральною фігурою у встановленні та зміцненні зв'язків з іншими країнами був «гість».

Гостинності та мандрям іноземних гостей надавалось велике значення. Так, київський князь Володимир Мономах у своєму «Поученні» заповідав синам добре приймати гостей, вшановувати їх, тому що ці люди, «мимо ходячи», рознесуть по світу добру або лиху вість.

Попередники перших готелів на Русі – *постоялі двори* – називалися «ямами» і розташовувалися на відстані кінного переходу один від одного. У XV ст. постоялі двори створювалися при поштових станціях, що знаходилися в підпорядкуванні Ямського наказу. До XV ст. відносять також будівництво у великих містах *гостинних дворів*, які відрізнялися від постоялих тим, що, крім розміщення і харчування, тут були створені умови для здійснення комерційних операцій. Розселення іноземців у гостинних дворах здійснювалося за національною ознакою.

У XVI – першій половині XVII ст. одним із торговельних центрів Східної Європи був Київ, через який проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини, країн Західної Європи, що прямували до Московської держави. Українські купці мали право безмитної торгівлі

в прикордонних містах Московії. Для них створювалися спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавались в оренду *корчми*, що не тільки вели торгівлю хмільними напоями, а й були пристановищем для подорожніх.

У другій половині XVII ст., коли «козацька християнська республіка» знаходилась на острові Чортомлик, на її території біля порту височів «Грецький дім» – приміщення для іноземних посланців і купців. Адже Запорізька Січ сама вела жваву торгівлю, а до того ж була транзитним пунктом у торгівлі всіх українських земель і Московської держави з країнами Сходу.

Крім того, Київ став одним із центрів паломництва, що зумовило потребу в будівництві готелів для прочан біля стін Печерського монастиря. В Україні до прочан ставилися з великою шаную. Миряни вважали за честь прийняти богомольців на ночівлю, а то й на кілька днів, пригостити, дати харчів на дорогу. Паломники були в особливій пошані й мали захист при церквах і монастирях, де з давніх часів їм відводили спеціальні помешкання, будували готелі й гостинні двори, де велися книги для запису прочан, які свідчать про масовий характер паломництва.

Після приєднання України до Російської імперії (кінець XVIII ст.) почалось будівництво поштового тракту від Москви до Києва через Калугу, Глухів, Путивль, Конотоп із *поштовими дворами* та *станціями*, що одночасно виконували функції готелів.

Проте помітний розвиток готельного господарства в царській Росії розпочинається лише в другій половині XIX ст.

2.2. Розвиток готельного господарства України в другій половині XIX – на початку XX ст.

Розвиток туризму в XIX ст. мав сприятливий вплив на зростання будівництва готелів. Основним центром забудови став Київ.

До початку XIX ст. Київ, з його прекрасними природно-кліматичними умовами, вигідним географічним положенням і багатою архітектурно-історичною спадщиною, мав усі можливості для того, щоб у найкоротші терміни стати великим туристським центром Східної Європи. Для цього треба було реалізувати потужний місцевий потенціал, залучити видатних архітекторів того

часу і перебудувати центр міста, створивши один із найкращих у Росії готельно-розважальних комплексів.

До відкриття регулярних залізничних рейсів (до 1889 р.) ці плани втілювалися в життя дуже повільно і готельне господарство розвивалося однобічно. З великих виділявся тільки «*Зелений готель*», збудований у 1803-05 рр., що належав Лаврі і був найпопулярнішим у 50-х рр. XIX ст. Лаврський готель складався з одного 4-поверхового і трьох 2-поверхових корпусів, розташованих за огоорожею монастиря, в Гостинно-Лаврському провулку, що веде до печер. У цьому готелі в 1850 р. вже було 200 окремих номерів і близько 20 загальних кімнат, не враховуючи навісів для простих прочан і кількох маленьких будиночків. Помешканнями готелю можна було користуватися безоплатно впродовж двох тижнів. Один із корпусів готелю був зайнятий лікарнею для прочан з жіночим і чоловічим відділеннями, по 40 ліжок у кожному. Готель приймав до 85 тис. відвідувачів за рік. Утримувався переважно за кошти графині Настасії Орлової та княгині Турчанинової.

З появою електрики та будівництвом перших залізниць помітно зросла кількість туристів, які приїжджали до Києва. Основні туристські потоки переміщувалися трьома шляхами: Дніпром – на пароплавах, залізницею та в диліжансах.

Миська станція залізниць виконувала доручення пасажирів з доставки багажу на квартири й у готелі. Про умови виконання замовлень можна було дізнатися заздалегідь у провідників поїзда. Прибуття поїзда очікували численні кінні екіпажі й готельні омнібуси, розфарбовані у фірмові кольори і з водіями в різнобарвних формах.

На привокзальній площі люди в кашкетах із червоними околицями голосно вигукували назви найкращих готелів, обіцяючи потенційним пожилцям безліч усіляких зручностей. Це були коміснери – молоді хлопці, найняті власниками готелів.

Київ славився гостинністю. Готелів вистачало для всіх. З початку XIX ст. будівництво готелів у Києві велося не дуже швидкими темпами, і до 1880 р. їх було збудовано 15. Зате наступні 20 років ознаменувалися справжнім розквітом готельного господарства міста.

У першій половині XIX ст. історичний центр забудовувався однобічно. Правий бік Хрещатика був сформований ще на почат-

ку сторіччя, а значну частину лівого боку довго займала садиба Ф.Ф. Меринга, професора університету Св. Володимира. Архітектори німецького походження Е.П. Брадтман і Г.П. Шлейфер доклали максимум зусиль для того, щоб центр Києва, «дохідне місце» з погляду туризму, мав неповторний архітектурний вигляд. Стрімкими темпами Хрещатик перетворився на калейдоскоп із гарних житлових будинків, готелів, ресторанів, магазинів, банків і був продовжений до Бессарабської площі.

Як гриби після дощу, готелі виростали не тільки на Хрещатику, а й на прилеглих вулицях. Оскільки ця справа була дуже прибутковою, готелі розташовувалися майже впритул один до одного, а їхні господарі докладали чимало зусиль, щоб виділитися й обійти конкурентів.

У Києві до 1901 р. було збудовано 64 готелі, які можна було умовно поділити на такі великі **групи**:

1) готелі, розміщені поруч із вокзалом. Функціонували чотири готелі і безліч мебльованих кімнат. Вони знаходились на вулиці *Безаківській* (нині Комінтерну). Така скупченість пояснювалася безпосередньою близькістю вокзалу і Ботанічного саду. Практично всі готелі на цій вулиці були збудовані в 1880-90-х рр.;

2) суперзіркові готелі. Заможні відвідувачі Києва, що ждали «шумного» життя, зупинялись у готелі «*Європейському*» у центрі міста на Царській (нині Європейській) площі. Цей готель був найстарішим у Києві. Саме в «Європейському» функціонував один із найкращих київських ресторанів ХІХ ст. Як повідомлялось у рекламі, готель мав на вокзалі свого представника, який дбав про багаж і зручну карету, що доставляла постояльця з готелю до поїзда. Популярнішим був «*Гранд-Готель*» (на цьому місці нині стоїть корпус Головопоштамту). Фешенебельний і дорогий (люкс – 30 крб. за добу), на 110 номерів, «Гранд-Готель» мав власний омнібус на вокзалі, чудовий ресторан, телефон безпосередньо в номері та всі необхідні зручності тих часів.

Неподалік розміщувався відомий блискучою репутацією «*Hotel de France*». Напередодні Першої світової війни Київ повнівся ще одним першокласним готелем на 100 номерів – «*Континенталь*», спеціально відкритим для дуже заможних клієнтів.

Престижний номер тут коштував пожителю 15 крб. за добу. Нині на місці розкішного готелю знаходиться оперна студія Національної музичної академії. До першокласних готелів варто віднести і «Готель-Савой» (також на Хрещатику).

Отже, вибираючи готель, вельможне панство отримувало всі зручності: омнібус або екіпаж для поїздки містом, окремий кабінет у ресторані, старанну прислугу (під час добору обслуговуючого персоналу цих готелів пильну увагу приділяли культурі мови, володінню принаймні російською та французькою мовами), а в номері – парове опалення, ванну, електричне освітлення, телефон. Окрім того, кожний готель передплатував чимало періодичних видань, надавав безоплатну допомогу в пошуках у місті необхідного адресата;

3) готелі другого класу. Ними мали можливість скористатися особи середнього достатку. Таких готелів у Києві було набагато більше, ніж суперзіркових. Назви готелів столиці Південно-Західного краю (офіційна назва Правобережної України в Російській імперії) відображали всю географію Європи: «Австрія», «Англія», «Америка», «Брістоль», «Версаль», «Ліон», «Марсель», «Італія», «Прага», «Берлін», «Краків», «Сан-Ремо» і навіть «Великий Національний». Вони розміщувалися на центральних вулицях, які, на відміну від інших, були вимощені, мали електричне освітлення, а також спеціально обладнані стоянки для екіпажів. У 1913 р. у місті було 80 таких готелів.

Номери облаштовували за останнім словом моди, для чого часто запрошували майстрів з Німеччини і Франції. У номерах з'явилася гаряча вода, стало модним використовувати різні запашні трави. Прототипом нинішніх саун були лазні, де ціни коливалися від 8 коп. до 3 крб. залежно від класності та поділу на номери, загальні або окремі ванни.

В усіх готелях їжу подавали в номери. Вранці пропонували каву, чай або какао. Пізніше – сніданок, який можна було замовити ще звечора або вранці. Обідали й вечеряли гості зазвичай у ресторані. При кожному великому готелі був погріб для вин, які раз на день подавали клієнту безкоштовно.

Найдорожчим ресторанним закладом Києва наприкінці XIX ст. вважався ресторан готелю «Метрополь». Престижними були рес-

торани при готелях «Бель-Вю», «Європейський», «Гранд-Готель», «Континенталь», ресторан «Семадені» на Хрещатику; менш дорогі, але також вишукані страви подавали при готелі «Оріон». Ще дешевшими були страви в готелях «Древняя Русь» і «Марсель».

При великих готелях діяли магазини. У будні вони були відкриті з восьмої ранку до дев'ятої вечора, а по неділях і святах – з другої години дня до восьмої вечора. Булочні й гастрономічні магазини працювали без вихідних.

При готелях функціонував цілий штат комісіонерів-посильних, які виконували різні доручення: доставку листів і посилок, квітів, наймання візника, невеликі покупки тощо. Клієнти могли наймати посильних за згодою – погодинно, подовово і помісячно. Із появою телефону всі великі готелі миттєво скористалися новим досягненням цивілізації і потреба в послугах комісіонерів-посильних відпала;

4) «мебльовані кімнати» – один із різновидів тогочасних готелів. Вони знаходились на всіх гомінких вулицях, конкурували з першокласними готелями, не поступаючись їм у сервісі. Найбільшою популярністю користувалися мебльовані кімнати «У Ільїнської» – на Володимирській вулиці, «У Іваницького» – на Золотоворітській, «У Діякова» – на Миколаївській площі (нині площа І.Франка), «У Познякова» – на Золотоворітській площі. Номери й мебльовані кімнати, що знаходились далі від центральної частини міста (переважно на Подолі), коштували всього 30-40 коп. за добу;

5) «подвір'я», *зайжджі та постоялі двори*. Особи, які зупинялись у Києві на тривалий час, наймали мебльовані кімнати в приватних будинках. Довгострокова оренда кімнати «з самоваром і прислугою» обходилась квартирантові в 15-20 крб. за місяць, а на околицях і в передмісті плата становила всього 5 крб.

Під час щорічних контрактних ярмарків, що проходили в Києві в лютому, в зв'язку зі значним зростанням кількості гостей і ажіотажним попитом на житло, ціни в готелях і приватних будинках зростали в 5-10 разів.

Богомольці, що приходили до київських храмів, зупинялись у «простеньких», але охайних і недорогих або зовсім безоплатних «*странноприимницах*» Києво-Печерської лаври, Софійського, Михайлівського, Покровського і Братського Богоявленського мона-

стирів, на подвір'ях великих церков.

Київська влада прагнула зробити все можливе, щоб гості міста отримували максимум задоволення під час проживання в Києві. Навіть при прокладанні трамвайних ліній враховувалася кількість готелів, розташованих уздовж маршруту. Хоча при готелях й існували служби з наймання екіпажів, однак ці послуги коштували дуже дорого, і бідніші клієнти оглядали Київ з трамвайного віконця.

У XIX ст. розгорнулося будівництво готелів і на півдні України. Найрозвиненішим портовим містом стала Одеса, якій у 1817 р. було надано право користування порто-франко терміном на 30 років, що потім неодноразово подовжувалось до 1859 р. Це сприяло розширенню економічних зв'язків між країнами та народами, поживленню торгівлі, зростанню міста та його населення. Все це й зумовило широкий розвиток готельного господарства. У дореволюційній Одесі було 34 готелі та 6 заїжджих дворів. Назви готелів давали уявлення про географію туризму («Лондонський», «Марсель», «Європейський», «Франція» та ін.) або статус пожителів («Купецький», «Біржа», «Пасаж»).

Однак на той час усе ще тільки створювалось, накопичувався європейський і світовий досвід, удосконалювалася сфера готельного господарства, з кожним роком займаючи дедалі більші площі.

2.3. Розвиток матеріально-технічної бази туризму в радянські часи

Упродовж 1926-1932 рр. приділялася увага і розвитку готельного господарства. У зв'язку зі скрутними соціально-побутовими умовами життя населення готельні фонди здавались під житло робітникам і службовцям. Проте з 1933 р. ситуація почала змінюватись на краще. У великих містах розпочалося будівництво об'єктів соціально-культурного й побутового призначення. Так, у Києві було відбудовано і передано за призначенням 10 готелів з інвентарною кількістю кімнат 694 (готелі «Франсуа», «Ермітаж», «Червоний Київ», «Імперіаль», «Інтернаціональ», «Гранд-Готель», «Палас»).

Із перенесенням у 1934 р. столиці України з Харкова до Києва з'явилися нові можливості для соціально-культурних перетворень у

місті. У 1937 р. відбувся Перший з'їзд архітекторів України, який обговорив питання «Про генеральний план реконструкції столиці України». Відповідно до цього плану, в столиці з'явилися нові магазини (ЦУМ), будинки культури, басейни, готелі («Москва»).

Друга світова війна завдала величезних збитків готельному господарству України. У Києві майже всі готелі були зруйновані.

У 1955 р. затверджений новий статут «Інтуриста», що передбачав розвиток як в'їзного, так і виїзного туризму, а також прийом іноземців, які прямували транзитом територією СРСР. «Інтурист» дістав повноваження бути членом різних національних і міжнародних організацій, комісій тощо. Крім основних функцій, він займався також погодженням із закордонними фірмами умов прийому радянських туристів і супроводу груп, що виїжджають за кордон.

Із середини 60-х рр. до 1972 р. у тридцяти містах СРСР було споруджено 40 туристських об'єктів: готелів, мотелів, кемпінгів. В Україні до початку 60-х рр. матеріальна база «Інтуриста» не була достатньо розвинена. У Києві «Інтуристу» належали готелі «Ермітаж» (нині «Інтурист»), «Україна»; у Львові – стародавній готель «Жорж», збудований ще в 1899 р.; в Одесі – готель «Красная», у Ялті – «Ореанда» і «Таврида», збудовані наприкінці XIX ст.

Зростаючі обсяги туризму потребували нарощування інфраструктури. У Києві в 1964 р. був збудований найкращий на той час готель «Дніпро», що став окрасою площі Ленінського комсомолу (до 1956 р. пл. Сталіна, нині Європейська). При в'їзді до Києва з боку Житомирської траси в 1965 р. уведений в експлуатацію мотель-кемпінг «Пролісок», функціональним призначенням якого були прийом і обслуговування груп автотуристів, потік яких як до СРСР, так і до України з кожним роком зростав.

Подальший розвиток іноземного туризму в СРСР значною мірою визначався початком космічної ери, яку відкрив політ Юрія Гагаріна 12 квітня 1961 р. Якщо в 1958 р. у Радянському Союзі побували громадяни з 94 країн, то в 1961 р. – зі 127, у 1964 р. – зі 133 країн. Значно розширилася й географія поїздок радянських громадян за кордон. У 1956 р. вони відвідали 61 країну, а через 7 років, у 1963 р., радянських туристів уже приймали в 106 країнах світу. У 1964 р. кількість іноземних туристів, що відвідали СРСР,

перевищила 1 млн. осіб, і понад 900 тис. радянських громадян виїхали в зарубіжні подорожі.

Розвиткові туризму сприяло встановлення тепліших відносин між країнами. «Інтурист» став найбільшим партнером більш ніж 700 турфірм, що працювали в сотні країн світу. На території СРСР діяло близько 100 відділень і агентств ВАТ «Інтурист». В Україні до початку 70-х рр. також склалася цілісна система підприємств «Інтуриста». До її складу входило 7 відділень ВАТ «Інтурист» (у Києві, Харкові, Львові, Одесі, Ялті, Ужгороді, Запоріжжі), 14 агентств (у Донецьку, Луганську, Дніпропетровську, Луцьку, Тернополі, Рівному, Вінниці, Чернігові, Черкасах, Херсоні, Полтаві, Сімферополі, Ізмаїлі, Чопі). Пізніше, у 80-х рр., підрозділи «Інтуриста» були створені і в інших областях — Житомирській, Хмельницькій, Сумській, а також у Кіровоградській, Миколаївській, Івано-Франківській, які до кінця 80-х рр. були закриті для відвідування іноземцями.

Наприкінці 60-х рр. інфраструктуру міжнародного туризму остаточно було відновлено. Починається епоха масових міжнародних подорожей, що набули стрімкого розвитку в 70-80-х рр. ХХ ст. Міжнародний туризм став ефективним засобом зовнішньоекономічних зв'язків країн. Зазнав піднесення він і в СРСР. За період з 1971 по 1975 р. було прийнято близько 15 млн. інтуристів, а за кордон виїхало близько 11 млн. громадян Радянського Союзу.

В Україні на початку 70-х рр. було створене Управління з іноземного туризму при Раді Міністрів УРСР.

Діяльність «Інтуриста» не обмежувалася прийомом звичайних туристських груп. Під час усіх офіційних урядових візитів на «Інтурист» покладалися обов'язки прийому й обслуговування всіх супровідних осіб і журналістів. У 70-х рр. «Інтурист» брав участь у підготовці візитів президентів США Р. Ніксона, Дж. Форда, Р. Рейгана, Президента Франції Ж. Помпиду, Прем'єр-міністра Великобританії Г. Вільсона та ін.

Піднесенню туристського обміну сприяв прискорений розвиток сучасних видів транспорту. Аерофлот здійснював повітряне сполучення з 3,5 тис. міст більш ніж у 50 державах на всіх континентах. Значну роль у туристських зв'язках відіграли залізниці.

Міжнародні залізничні маршрути сполучали СРСР з 25 державами Європи та Азії.

У 70-х рр. «Інтурист» розробив і запропонував на зовнішньому ринку понад 100 привабливих маршрутів, що охоплювали сто міст європейської та азійської частин СРСР. Іноземні туристи мали можливість ознайомитися з усіма столицями союзних республік, містами-героями Києвом, Одесою, Волгоградом, колгоспами, радгоспами і промисловими підприємствами, пам'ятками архітектури, курортами Криму, із заповідниками та ін.

В Україні в 70-80-х рр. стрімко розвивалася матеріально-технічна база міжнародного туризму. Були збудовані нові готелі «Інтуриста»: у Києві – «Либідь» і «Братислава», у Харкові – «Інтурист», «Мир» і мотель «Дружба», у Львові – «Дністер», в Ужгороді – «Закарпаття», в Одесі – «Чорне море», у Запоріжжі – «Запоріжжя», у Полтаві – мотель «Інтурист», у Чернівцях – «Черемош», у Херсоні – «Фрегат». У Ялті спільно з югославськими фахівцями в мальовничому Масандрівському парку був уведений в експлуатацію готель «Ялта-Інтурист».

З 1970 по 1980 р. готельний фонд «Інтуриста» збільшився майже в 4 рази, перевищивши 50 тис. місць, із них 10096 готельних місць знаходилося в Україні. Щорічні темпи зростання кількості іноземних громадян, що відвідали СРСР, становили пересічно 8-10%. Розвивався і виїзний туризм. За період після Народи з безпеки і співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975 р.) по 1981 р. Радянський Союз відвідали близько 25 млн. зарубіжних гостей і майже 19 млн. радянських людей побували за кордоном.

Розширювалася географія в'їзного туризму як у СРСР у цілому, так і в Україні. У туристські маршрути ввійшло 18 нових міст, у тому числі Хмельницький і Луцьк. На початку 80-х рр. «Інтурист» пропонував маршрути по 135 містах усіх союзних республік. Власна мережа готелів, мотелів і кемпінгів давала змогу розмістити 55 тис. гостей і надати послуги харчування 74 тис. осіб.

Сприяли розвиткові інфраструктури туризму визначні міжнародні заходи, що проводилися в СРСР. Так, XXII літні Олімпійські ігри (1980 р.) стали для «Інтуриста» ще одним значним досягненням. Для того, щоб прийняти 300 тис. гостей, що приїхали на

олімпіаду, треба було значно розширити мережу готелів у Москві, Ленінграді, Києві, Мінську й Таллінні. Наприкінці 70-х рр. були збудовані нові готелі: «Космос» – у Москві, «Дагомис» – у Сочі, «Прибалтійський» – у Ленінграді, «Русь» – у столиці України.

Для підготовки кваліфікованого персоналу готелів у 1978 р. в Києві було відкрито *Технікум готельного господарства*.

Значно зросла популярність «поїздок дружби». За 1981-82 рр. «поїздами й літаками дружби» СРСР відвідало 160 тис. туристів із країн соціалізму. У Києві їх гостинно приймав спеціально збудований готель «Братислава». Понад 100 тис. чоловік приїздили в СРСР, у тому числі в Україну, на фестивалі мистецтв «Київська весна», «Золота осінь» – у Києві, «Біла акація» – в Одесі, «Кримські зорі» – в Ялті.

2.4. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу в Україні

Мережа туристських підприємств активно формувалась наприкінці 70-х – упродовж 80-х рр. Як свідчить аналіз, більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристських баз будувались за проектами, які не відповідали міжнародним стандартам. Інтенсивна їх експлуатація в період масового туризму (60-80-ті рр.), а також несвоєчасне проведення капітальних і поточних ремонтів призвели до значного зносу цих будівель та їхнього оснащення. В готелях, збудованих ще за радянських часів, занадто багато двомісних номерів, тоді як за європейськими стандартами номерний фонд готелів на 70-80 % повинен складатися з одномісних номерів із одним великим ліжком. У наших номерах тісно, їхня загальна площа не сягає прийнятих у Європі 30 м². У багатьох готелях відсутні кондиціонери, громадські зони (холи, фойє), не кажучи вже про конференц-зали, фітнес-центри, підземні гаражі та паркінги, до яких звикли інтуристи. Тому пріоритетним напрямом зміцнення матеріальної бази туристських підприємств має бути проведення реконструкції, модернізації та будівництва об'єктів туристської сфери за рахунок власних коштів підприємств і за допомогою інвестицій, у тому числі іноземних.

У всьому світі про рівень готелю свідчить кількість зірочок. Усі 1-2-3-зіркові готелі в Україні є радянським спадком, із відпові-

дною інфраструктурою. Вони не становлять комерційного інтересу для інвесторів. Керівники столичних готелів зазначають, що в сучасних умовах вони не можуть собі дозволити орієнтуватися на певну споживчу групу. Цей сегмент готелів практикує подвійні та потрійні тарифи: окремі ціни для громадян України, країн СНД, іноземців. Так керівництво намагається збільшити рентабельність, яка, за даними головного управління комунального та готельного господарства і туризму, складає 3-15 % у цій групі.

4-зіркових готелів у Києві шість («Аванті», «Дніпровський», «Дніпро», «Президент-отель «Київський», готельний комплекс «Національний»; завершилося будівництво готелю «Radisson SAS»), хоча потреби столиці сягають 10-12. Кілька готелів такого класу є у Львові («Дністер», «Жорж», «Гранд-Отель», «У Бюргера»), Дніпропетровську («Академія»), Кіровограді («Каталонія»), Одесі («Одеса», «Лондонський», «Фраполлі»), Харкові («Ахтамар»), Ялті («Ореанда», готельний комплекс «Літо») та інших містах України. Інвестиції у 4-зіркові готелі такі ж, як і в 5-зіркові, але рентабельність вища (у Києві 40-50 %). Клієнтська база подібна до 5-зіркових. У сучасних умовах цей сегмент готелів змушений конкурувати не лише з 3-зірковими, а й із 3- та 5-зірковими компаніями у сфері послуг готельного типу, оренди житла. Ті готелі, що розташовані в центрі, підвищують ціни, а ті, що знаходяться на околицях міста, змушені, крім зниження ціни, пропонувати додаткові послуги та високоякісний сервіс. 4-зіркові готелі активно практикують знижки: для постійних клієнтів, вихідного дня, а також співпрацю з турфірмами і посольствами. Готелі державної форми власності не можуть собі дозволити систему знижок (це порушує певні стандарти), тому досить часто бувають заповненими лише наполовину. Готелі цього сегмента змушені працювати над власним іміджем.

Сегмент 5-зіркових готелів найменше заповнений, хоча попит на сервіс такого рівня досить високий і має тенденцію до зростання. Всього в Україні діє кілька 5-зіркових готелів, що відповідають за рівнем послуг європейським та міжнародним стандартам («Premier Palace» у Києві, «Donbass Palace» у Донецьку). У 2005 р. відкритий перший 5-зірковий готель у Західній Україні («Rixos-

Рyкарpattyа»). Упродовж 2006-2009 рр. на готельному ринку української столиці з'явилися 5* готелі міжнародного класу «Opera», «Hyatt Regency Kiev», «InterContinental», до будівництва яких причетні закордонні партнери – власники всесвітньовідомих готельних мереж (див. табл. 2). Партнерство з українськими бізнесменами вигідне і готельним мережам. Після кількарізових спроб боротися з бюрократичною тяганиною, пов'язаною з виділенням земельних ділянок, міжнародні мережі почали відкривати готелі разом із українськими компаніями.

Заплановане будівництво другої черги 5-зіркового готелю «Premier Palace» та готелю «Sofia Sheraton» (5*) у столиці України. В столиці існує попит принаймні ще на 5 готелів цього типу. Існуючі готелі розраховані на бізнес-клієнтів, а їхня інфраструктура передбачає наявність бізнес-центру, комп'ютерної техніки в номері, конференц-залу тощо. На бізнес-клієнтів зорієнтовані й офісно-готельні 5-зіркові центри, які є найпривабливішими в сегменті: попит на репрезентабельні офіси в Києві анітрохи не менший, ніж на готельний сервіс високого рівня. 5-зіркові готелі використовують зарубіжний досвід і готові ідеї, а підтримка власного бренду – спільна риса готелів цього типу, проте сервіс, порівняно з міжнародним, не найкращий.

Таблиця 2

Готелі українських олігархів

Готель				
<i>Premier Palace</i>	<i>Opera</i>	<i>Donbass Palace</i>	<i>Hyatt</i>	<i>Inter-Continental</i>
Рік відкриття				
2001	2006	2004	2007	2009
Категорія				
5*	5*	5*	5*	5*
Кількість номерів				
285	140	129	234	272
Вартість номера, \$				
\$375-990	\$445-940	\$375-1072	від \$400	від €400-600 до €14,5 тис.

Круль Г.Я. Основи готельної справи

Український готельний ринок істотно поживавився після перемоги України і Польщі в тендері на право проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012». За оцінками вітчизняних готельєрів, до 2012 року в українські чотири- і п'ятизіркові готелі інвестують \$300 млн. і в столиці з'являться близько 35 нових готелів на 100-250 номерів кожний (див. табл. 3). За європейськими нормативами у Києві повинно бути щонайменше 20 тис. готельних місць (загальна кількість номерів сьогодні становить 8,7 тис., що вдвічі менше, ніж у Москві, і в 6 разів менше, ніж у Парижі).

Таблиця 3

Готелі в проекті

<i>Проект</i>	<i>Кількість готелів</i>	<i>Очікуваний рік відкриття</i>	<i>Місто</i>
Готельна мережа (спільно з франц. Accor Group)	4 п'ятизіркові, 9 тризіркових	2012	Київ
Hilton	1	н/д	Київ
Hyatt	1	2012	Київ
Radisson	4	2010-2011	н/д
Спортивний комплекс «Металіст-Сіті»	1	2012	Харків

Попит на готельні послуги зосереджений у чотирьох основних категоріях клієнтів:

- перша група – це відомі бізнесмени, політики, люди творчості, суспільне становище яких не дозволяє опускати планку нижче 4-5*. Часто вони обирають стандартний номер у відомому готелі, а не «люкс» у 3* за ті ж гроші;
- друга група – керівники середньої ланки, спеціалісти іноземних, а також вітчизняних компаній. Їхні вимоги до «зірковості» готелю менш жорсткі – вони можуть поселитися у готелі як 3*, так і в 5*. Вирішальне значення тут має рівень сервісу. Цінові переваги цього сегмента 120-250\$ за добу;
- третя група клієнтів – вітчизняні відрядні, яких за статистикою за останні 2-3 роки стало більше. Але фінансові можливості таких клієнтів далеко не однорідні, від 75 до 200 гривень, що

дозволяє обирати між 2* і 3* готелями, гуртожитками готельного типу, послугами приватного сектора;

- четверта група – це іноземці та вітчизняні туристи. Такі клієнти обирають від «люксів» у 3* до номерів у 5* готелях. Із вітчизняних туристів 60 % – це діти і студенти, звичайно з обмеженими фінансовими можливостями, тому часто вони обирають гуртожитки і приватні квартири.

Готельне господарство є однією з основних складових туристської індустрії України. За даними 2008 р., в Україні базу розміщення склали 1420 підприємств готельного господарства на 135,2 тис. місць (юридичні особи) та 2144 суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні особи), що надають послуги з розміщення (див. додаток Г). Позитивна динаміка інвестицій в основний капітал сприяла збільшенню кількості введених в експлуатацію готелів. У 2007 р. за рахунок будівництва 44 нових готелів та реконструкції існуючих уведено в експлуатацію 3797 місць, що в 1,8 разу більше, ніж у 2006 р. Майже половину (49,6 %) загальної кількості місць у готелях уведено у Львівській, Одеській, Закарпатській та Сумській областях.

Згідно з функціональною структурою підприємств готельного господарства, на території України послуги з тимчасового проживання у 2007 р. надавали 812 готелів, 19 мотелів, 6 готельно-офісних центрів, 9 кемпінгів, 42 молодіжні турбази та гірські приютки, 191 гуртожиток для приїжджих та 341 інше місце для тимчасового проживання. Найпоширеніші в Україні готелі – 57,2 % від загальної кількості та інші місця для тимчасового проживання – 24,0 %, які поряд із традиційними підприємствами готельного господарства пропонують своїм клієнтам повний комплекс послуг із прийому, розміщення, харчування та обслуговування. В окремих регіонах, особливо в сезон відпочинку, інші місця для тимчасового проживання здатні розмістити та прийняти більше клієнтів, ніж основні. До їхнього складу входять сезонні бази відпочинку, літні будиночки, котеджі тощо, які здаються для тимчасового проживання під час відпускнуго періоду.

У Європі показник забезпеченості готельними місцями складає 10-15 місць на 1000 мешканців. У Києві він становить 6, а в

Україні ледве дотягує до 2-3. Окрім того, близько 700 зареєстрованих пансіонатів, баз відпочинку, санаторіїв, в останні роки або неефективні, або не працюють взагалі. Проте ситуація дещо змінюється на краще: з'являються чотири- і п'ятизіркові готелі європейського рівня, десятки і сотні нових невеликих приватних малих готелів різноманітного типу. Але діяльність більшості з них перебуває в тіні через недосконалість законодавчої бази.

Упродовж останніх 9 років середньорічний коефіцієнт завантаження готелів України щорічно змінювався. Починаючи з 1999 р. цей показник зріс з 0,23 до 0,25 у 2000 р., у 2001-02 рр. також зростав і досяг 0,28, у 2003 р. – 0,32, впродовж 2004-06 рр. становив 0,34. У 2007 р. порівняно з 2006 р. середньорічний коефіцієнт використання місткості готелів по Україні зріс на 0,01 і становив 0,35. При цьому мінімальне використання місткості готелів – 0,15, 0,18 та 0,19 – було відповідно в Луганській, Івано-Франківській та Херсонській областях, а максимальне – 0,63 – у м. Києві. У Волинській області та Чернігівській областях цей показник дорівнював відповідно 0,55 та 0,52.

На виконання статті 15 Закону України «Про туризм» із 1 жовтня 1999 р. введено обов'язкову сертифікацію готельних послуг та послуг харчування, які надають суб'єкти туристської діяльності. Згідно з чинним законодавством, обов'язковій сертифікації в Україні нині підлягають 266 підприємств, що надають готельні послуги, та 455 підприємств харчування. Результатом проведеної роботи стало помітне підвищення рівня обслуговування на підприємствах готельної галузі.

На сьогодні, згідно з даними зі стандартизації, в Україні функціонують кілька п'ятизіркових готелів: «Premier Palace», «St Sofia Regency Hyatt», «Intercontinental» та «Опера (Інтерн)» у Києві, «Donbass Palace» у м. Донецьку, «Україна» у м. Дніпропетровську та «Ортодос» у м. Одесі. Приїжджих обслуговують 46 чотиризіркових готелів, близько 350 – тризіркових, двозіркових та однозіркових, решта – близько 410 готелів – не мають категорії. Така велика кількість «безкатегорійних» готелів пояснюється низкою причин: більшість із них не відповідають комплексу вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури та якості

наданих послуг, рівня обслуговування; деякі отримали сертифікат лише на безпеку проживання; ряд готелів проводять поточний або капітальний ремонт та реконструкцію або знаходяться в стадії ліквідації; новозбудовані готелі ще не встигли одержати категорію; значна кількість готелів перейшла у власність фізичних осіб, в яких немає потреби в отриманні сертифікату «зірковості», оскільки це потребує значних фінансових витрат.

Разом із тим існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. Подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи кількість великих готелів становить 15-25 % від загальної кількості готельних господарств, 75-85% – мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства України, такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті. Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткової кількості робочих місць.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельне господарство, його належність до сфери туристських послуг та відомче підпорядкування. Тому для розвитку готельного господарства України, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення і входження на ринок малих готельних підприємств доцільна розробка проекту Закону України про розвиток готельного господарства. Положення Закону мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку конкурентних відносин на цьому ринку.

У листопаді 1990 року з метою координації господарської діяльності, захисту прав та інтересів учасників була створена Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України, яка є громадським добровільним об'єднанням і налічує близько 200 колективів підприємств та інших організацій, пов'язаних із готельною індустрією. Асоціація проводить роботу із пропаганди та узагальнення передового досвіду діяльності готельних підприємств, надає методичну і юридичну допомогу з проблем приватизації, підтримує виробничі зв'язки з інофірмами, організовує поїздки за кордон спеціалістів для обміну досвідом роботи. Асоціація також розробляє, затверджує і забезпечує готелі нормативними актами стосовно готельної діяльності. Бере участь у підготовці та проведенні щорічних Міжнародних виставок обладнання і технологій для готелів і курортів, міжнародних конференцій «Індустрія гостинності» та ін. У цих заходах задіяні представники більше як 30 країн світу. Вона є спонсором та організатором журналу «Готельний і ресторанный бізнес», що пропагує передовий досвід роботи готельних підприємств. Разом із Держстандартом України Асоціація розробила і затвердила Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг та ін.

У вересні 2003 р. створена перша в Україні готельна мережа «Premier Hotels». Її членами стали відомі в Україні та за її межами готелі «Premier Palace» – 5* (Київ), «Ореанда» – 4* (Ялта), «Дністер» – 4* (Львів), «Star» – 4* (Мукачеве), «Лондонський» – 4* (Одеса), «Cosmopolit» – 4* (Харків). Ця система покликана створити нове «слов'янське обличчя» нашого готельного бізнесу. В майбутньому до мережі долучатимуться 4-5-зіркові готелі інших міст України, які пропонуватимуть послуги гостинності згідно з міжнародними стандартами, але не позбавленими українського колориту.

Найближчим часом спеціалісти-готельєри очікують підвищення зацікавленості до столичного ринку готельних послуг з боку західних інвесторів. На ринок вийдуть такі світові оператори, як «Accor», «Radisson», що спеціалізуються на готелях середньої цінової категорії. Із виходом на ринок нових готелів між ними існуватиме конкуренція, яка зумовить зниження вартості розміщення і підвищення якості послуг.

Велике значення для розвитку туризму мають *транспортні шляхи*, які повинні відповідати міжнародним вимогам щодо швидкого, безпечного, надійного, комфортного перевезення. Саме вони є першою ланкою ланцюга в успішному залученні туристського потоку іноземних громадян до України.

В Україні існує понад 13 тис. км автомобільних доріг державного значення, з них понад 9 тис. км – магістральних. Магістральні дороги сполучені з міжнародними транспортними коридорами. Щороку кордон України перетинає близько 605 млн. іноземних транспортних засобів, які прямують як в Україну, так і транзитом до інших країн. Більшість автотуристів користуються існуючою сервісною інфраструктурою, розташованою вздовж автошляхів. Автомобільні туристські маршрути здебільшого збігаються з міжнародними транспортними коридорами.

Автошляхи України перебувають у незадовільному стані, вони ще не відповідають вимогам міжнародних стандартів і на них практично відсутні сучасні об'єкти для надання послуг автотуристам. Інтеграція дорожньо-транспортного комплексу України в міжнародну транспортну систему потребує будівництва нових і реконструкції існуючих комплексних об'єктів туристської інфраструктури, куди обов'язково мають входити готелі, ресторани, кафе та інші заклади для надання послуг автотуристам на рівні міжнародних стандартів.

В Україні прийнято Державну програму створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів, її реалізація дасть змогу розв'язати проблему облаштування доріг, створити сприятливі умови для розвитку туристської індустрії.

Взаємодія двох галузей – транспорту й туризму – допоможе кожній із них у короткі терміни вирішити більшість питань, зокрема розбудови туристської інфраструктури за напрямками національної мережі транспортних коридорів із залученням приватного капіталу (національного й зарубіжного).

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте етап зародження готельної справи в Україні. Назвіть види засобів розміщення, характерні для цього періоду.

Круль Г.Я. Основи готельної справи

2. На які групи поділялись готелі Києва на початку ХХ ст.? Назвіть готелі, що входили до цих груп.

3. Розкрийте особливості розвитку матеріально-технічної бази туризму на території України в радянські часи. Охарактеризуйте діяльність монополіста туристичних послуг «Інтуриста» в Україні.

4. Які події сприяли розвитку готельної справи в СРСР загалом і в Україні зокрема?

5. Охарактеризуйте сучасний стан розвитку готельного бізнесу в Україні.

6. Назвіть п'ятизіркові готелі, що діють в Україні. Який готель вважається першим висококласним готелем у державі? Який із них включений до асоціації «Найкращі готелі світу»? Назвіть готелі Києва, що належать до всесвітньовідомих готельних мереж.

7. Коли і з якою метою була створена перша в Україні готельна мережа? Які готелі формують дану мережу?

3. ВИДИ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

- 3.1. Основні підходи до класифікації засобів розміщення.
- 3.2. Класифікація засобів розміщення туристів за ВТО.
- 3.3. Типи готельних підприємств за призначенням.
- 3.4. Спеціалізовані готелі.

3.1. Основні підходи до класифікації засобів розміщення

Серед чинників, що впливають на асортимент послуг і організацію їх надання в 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 пов'язано насамперед із потребами споживачів даного сегмента ринку, їх платоспроможністю. Наприклад, готелі ділового призначення повинні розташовуватися поблизу адміністративних, громадських, промислових центрів; у них мають бути створені умови для організації праці клієнтів, 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 розміщенні готелів туристичного типу враховують характер і якість туристичних маршрутів, способів руху, наявність об'єктів туристичної привабливості. Отже, головними додатковими послугами у туристичних готелях є послуги 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 в Берні) і доктор К. Крапф (засновник науково-дослідного центру з туризму в Сенгалені). 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 чинниками, автори виділяють такі **види готелів**:

1. *За тривалістю перебування:*
 - а) для тривалого перебування клієнтів (сімейні);
 - б) для короткотривалого (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 (розташовані у центрі міста, на околиці тощо);
 - б) гірські;
 - в) сільські.
4. *Залежно від виду транспорту:*
 - а) пристанційні;
 - б) пристановища;
 - в) motelі;
 - 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.

Місткість (ємність) готелю визначається кількістю постійних спальних місць. Класифікація готелів за місткістю у різних країнах різна. Наприклад, у Швейцарії та Австрії готелі, що мають менше 100 місць, вважаються малими, 100-200 місць – середніми, понад 200 місць – великими; у Чехії до 120 місць – малими, до 500 – середніми, понад 500 місць – великими; у США до 100 номерів – малими, до 500 номерів – середніми, понад 500 – великими. В Україні немає офіційної диференціації готелів за місткістю, але поширена така їхня градація: до 100 місць – готелі малої місткості, до 500 – середньої, понад 500 місць – великої.

Світовий готельний номерний фонд переважно розміщений у малих і середніх готелях. Будівництво готелів великої місткості зумовлене насамперед економічними причинами. При збільшенні місткості готелів постає економічна доцільність застосування потужнішого і сучаснішого технологічного та інженерного обладнання. Разом із тим, вітчизняні і зарубіжні спеціалісти в галузі будівництва та експлуатації готелів зазначають, що збільшення місткості готелів доцільне в розумних межах, після яких готелями важко керувати. Цією межею переважно вважають *місткість близько 2000 місць*.

8. *Залежно від режиму експлуатації:*

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

Готелі *цілорічної експлуатації* мають вищий рівень комфорту і надають широкий набір послуг, в т.ч. мають розгалужену мережу закладів харчування, розширений склад приміщень для проведення дозвілля (зали ігрових автоматів, бальні зали, дискотеки, кегельбани та ін.), майданчики для відпочинку і спорту, солярії, аерарії, пляжі, причали тощо. Все це дозволяє використовувати готелі і в період міжсезоння. Курортні готелі *сезонної експлуатації* будують із полегшеною зовнішньою огорожею, без опалення чи без кондиціонування повітря, в них надається обмежений набір послуг.

9. *Залежно від форми власності:*

- а) приватні;
- б) акціонерні товариства.

Серед інших класифікаційних ознак можна зазначити ще й такі:

• *рівень цін*, що встановлюються на основні платні послуги (які надаються в номерному фонді). Залежно від цього критерію, готелі поділяються на:

- бюджетні (\$25-35);
- економічні (\$35-55);
- середні (\$55-95);
- першокласні (\$95-125);
- апарт-готелі (\$65-125);
- люкс-готелі (\$125-525);

• *спосіб надання харчування* клієнтам, за яким готелі можна умовно поділити на такі, що:

- забезпечують повний пансіон;
- надають тільки сніданок;
- не пропонують харчування (здебільшого через відсутність власного гастрономічного виробництва).

• *поверховість*. Світова практика свідчить, що готелі будують від одного-двох до сорока поверхів і більше. Це залежить від економічних, містобудівних умов, нормативних вимог, конструкцій і будівельних матеріалів, методів будівництва, які застосовуються в тій чи іншій країні. Поверховість готелів у різних країнах різна: в Чехії – 8-14 поверхів; в Угорщині в невеликих містах – 4-5 поверхів, у більших містах і на курортах – 6-11 поверхів; в Німеччині – 8-10 поверхів; в Англії – 10-15 поверхів; у Росії – 5-16 поверхів та ін. Будівлі готелів **за поверховістю** можна поділити на такі *групи*:

- малоповерхові (1-2 поверхи);
- середньої поверховості (3-5 поверхів);
- підвищеної поверховості (6-9 поверхів);
- багатоповерхові (1-ї категорії – 10-16 поверхів, 2-ї категорії – 17-25 поверхів, 3-ї категорії – 26-40 поверхів);
- висотні будівлі (понад 40 поверхів).

Малоповерхові готелі (переважно малої місткості – до 50 місць) будують здебільшого в малих містах і сільських населених пунктах. Хоча багатоповерхові будівлі готелів складніші і дорожчі в будівництві, останніми роками у великих містах багатьох країн їх будують дедалі частіше, що пояснюється прогресом будівельної техніки, підвищенням густоти міської забудови і загальним ростом поверховості міст, високою вартістю земельних ділянок, особливо в центральних частинах міст, іноді рекламними міркуваннями. Проте будівництво готелів висотою понад 40 поверхів поки що залишається рідкісним явищем.

Визначення оптимальної поверховості для готелів різної місткості та виявлення змін будівельної вартості ліжко-місця при зміні цієї поверховості потребує детальних наукових обґрунтувань. Але дослідження вчених дозволяють вважати, що для кожної місткості готелів існує оптимальна поверховість будівлі, а отже, й довжина житлового корпусу. Збільшення поверховості понад оптимальну супроводжується зростанням вартості будівництва, що варто враховувати при проектуванні.

3.2. Класифікація засобів розміщення туристів за WTO

У міжнародній практиці прийнята стандартна класифікація засобів розміщення, розроблена експертами Всесвітньої туристської організації (WTO). Згідно з нею, всі засоби розміщення поділяють на дві групи: *колективні* та *індивідуальні*. Перші, у свою чергу, піділяються на підприємства готельного типу та спеціалізовані.

До *колективних засобів розміщення готельного типу*, згідно з ДержСТ 51185-98 „Туристичні послуги. Засоби розміщення. Загальні вимоги”, належать готелі, мотелі, клуби із проживанням, пансіонати, мебльовані кімнати, гуртожитки тощо.

До *спеціалізованих* засобів розміщення відносять: санаторії, профілакторії, будинки відпочинку, туристські притулки, стоянки та ін., туристські, спортивні бази, бази відпочинку, будинки мисливця (рибалки), конгрес-центри, кемпінги, ботелі, флотелі, ротелі та інші.

До *індивідуальних* засобів розміщення належать: квартири, кімнати в квартирах, будинки, котеджі, що винаймаються.

Розвиток туризму призвів до зростання готельного господарства як головної складової туристичної галузі. Більше того, в умовах посиленої конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку, сучасне готельне господарство більшості країн світу виокремилось у самостійну галузь економіки.

ВТО, *залежно від споживача готельних послуг* на сучасному готельному ринку, рекомендує виділяти такі типи готелів:

➤ **готель „люкс”** (на 100-400 номерів), розташовується здебільшого у центрі міста і надає елітні умови проживання керівникам найвищого рівня за дуже високими цінами;

➤ **готель високого класу** (може мати від 400 до 2000 номерів), розташований у межах міста і пропонує широкий спектр послуг, що надається кваліфікованим персоналом бізнесменам, учасникам конференцій, індивідуальним туристам; він оснащений дорогими меблями та обладнанням. Ціна проживання вища від пересічної;

➤ **готель середнього рівня** зорієнтований на широке коло споживачів, може мати різну кількість номерів. Прагне використовувати сучасні технології, знижуючи експлуатаційні витрати і дотримуючись середнього рівня цін;

➤ **апарт-готель** (від 100 до 400 номерів) пропонує умови, аналогічні до мебльованих кімнат. Ціни коливаються залежно від сезону й умов розміщення. Зорієнтований на бізнесменів чи туристів, що зупиняються на тривалий час;

➤ **готель економічного класу** може бути невеликим, із кількістю номерів від 10 до 150. Розташований поблизу магістралей, має невеликий штат персоналу, обмежений набір послуг, добре обладнаний номерний фонд. Споживачами є, як правило, бізнесмени, індивідуальні туристи, які не потребують повного пансіону і прагнуть до фактичної оплати спожитих ними послуг, що передбачає невисокий відсоток надбавки за обслуговування;

➤ **мотель** призначений для туристів, які подорожують автотранспортом. Розташований поблизу автотрас, має незначний штат персоналу і передбачає невисокі ціни при сучасних добре обладнаних номерах;

➤ **курортний готель** може мати від 100 до 500 номерів, здебільшого віддалений від міста і розташовується поблизу водойм, у мальовничих місцях; пропонує повний набір послуг, має багато спортивних споруд, дитячих майданчиків; ціни – вищі за середні, зорієнтовані на різні категорії туристів;

➤ **таймшер** (від англ. *time share*, що означає «частина часу») – це спільне володіння, чи, точніше, довготривала оренда клубних засобів розміщення із правом користування ними впродовж певного часу (наприклад, одного тижня впродовж 30-50 років і більше, щорічно). Особливість класичного таймшеру – це наявність сертифікату власності на певний період відпочинку, з можливістю передачі його в спадщину; сертифікат є предметом застави, забезпечення кредиту тощо.

Хоча окремі квартири й продаються індивідуальним власникам, однак повна власність контролюється компанією управління. Ціна таймшеру залежить від особливостей сезону, а також від часу перебування. Проживання в менш привабливий період року коштує значно дешевше, ніж у сезон найбільшого попиту. Власник номера має можливість користуватися нерухомістю впродовж певного часу, пропорційно до грошового внеску. Здебільшого «власність» купується на термін від 10 років до безстрокового користування. Час користування вимірюється тижнями.

На сучасному етапі з'явилась можливість обміну часу і місця власності між власниками (власник номера-апартаменту таймшер-готелю, який знаходиться на морському узбережжі, може обміняти володіння цим номером на володіння номером у готелі, розташованому на гірськолижному курорті). При цьому обмін може проводитися зі збільшенням чи зменшенням часу перебування. Наприклад, тиждень у готелі на Канарських островах рівноцінний двом тижням у Канаді, трьом в Австралії, Новій Зеландії чи Південній Африці.

Отже, класифікація засобів розміщення готельного типу за різними критеріями дозволяє якнайповніше охопити всі аспекти готельного бізнесу.

3.3. Типи готельних підприємств за призначенням

Готель – це будівля (чи комплекс будівель) зі складним цілодобовим технологічним процесом, в якому клієнтам гарантується надання номерів (чи місць у номерах), а також додаткових послуг, спрямованих на комфортне, зручне й безпечне споживання готельного продукту. Сучасний готель є не тільки місцем проживання; досить часто частина номерного фонду використовується під офіси, тимчасові представництва різних фірм і закладів. Сьогодні готелі надають послуги розміщення найрізноманітнішим клієнтам: учасникам конгресів, ярмарків, конференцій, змагань, конкурсів; окремим громадянам, які прибули у справах, на відпочинок чи з іншою метою; туристам, які дотримуються певного маршруту всередині країни чи з-за кордону тощо.

Виходячи з потреб клієнтури, бувають готелі різного призначення і до них ставляться різні вимоги. Залежно від призначення проектують і будують готелі:

➤ *для постійного проживання* – апарт-готелі надають майже домашні умови проживання своїм клієнтам, які змушені перебувати у даному місці через переїзд сім'ї, тривале службове відрядження, відвідування семінарів. Більшість гостей винаймають номер надовго, отримуючи досить часто знижку залежно від терміну проживання. Клієнтура готелів поділяється на дві категорії: ті, хто перебуває у відрядженнях (44 %), і ті, хто відпочиває (56 %).

Головна відмінність цих готелів – це велика корисна площа, яка доповнюється вітальною зі зручними кріслами і диваном та невеликою кухнею із коморою багатофункціонального призначення.

Апартаментні готелі зазвичай надають за ту ж ціну на 25 % більше житлової площі, ніж звичайні готелі в тому ж ціновому діапазоні. Лідерами на цьому ринку готельних послуг вважаються готелі Embassy Suites (належать і керуються компанією Promus Corporation) і Residence Inns (компанія Marriott). Декілька відомих готельних мереж мають дочірні компанії апарт-готелів, серед них – Radisson і Choice Hotels, що задають тон в економічному сегменті цього ринку своїми готелями Comfort і Quality Suites, а також ITT Sheraton Suites і Hilton Suites Inc.

В Європі існує різновид апарт-готелів, відомий під назвою «*анонімного пансіону*», сутність якого полягає в тому, що приватні власники квартир укладають угоду з агенцією чи турагенцією про використання своєї житлової площі для потреб розміщення. Якщо апарт-готель – це цілий багатоквартирний будинок, розрахований тільки на туристів, то «анонімний пансіон» – це проживання в одній із квартир звичайного житлового будинку. Як «анонімний пансіон» може використовуватися невеликий приватний будинок, власник якого здає декілька кімнат, а в інших – мешкає його сім'я.

Значного поширення у світовій практиці набули *пансіони*. Проживання в них коштує значно дешевше, ніж у звичайних готелях. Основна відмінність пансіону від готелю – наявність розбіжностей із діючими стандартами щодо оснащення та обладнання готелів м'яким та жорстким інвентарем. Пансіон – це так звана вільна форма, що застосовується в будівлях, які не проектувалися як готелі. Характерною рисою є невеликий номерний фонд (розрахований на 10-20 осіб). Найчастіше належить одній сім'ї, яка й обслуговує споживачів. У вартість проживання в пансіоні входить тільки сніданок, приготований у домашніх умовах. Атмосфера значно привітніша і тепліша, ніж у звичайному готелі, що приваблює клієнтів;

➤ *транзитні готелі* обслуговують будь-який контингент в умовах короткотривалої зупинки. Розташовані вони, як правило, на територіях великих транспортних вузлів: залізничних вокзалів, аеропортів, морських і річкових вокзалів, автовокзалів. Рівень обслуговування та асортимент послуг мінімальні, харчування здебільшого не надається, оскільки заклади харчування передбачені на вокзалах;

➤ *готелі цільового призначення* поділяються на готелі **ділового призначення** і **готелі для відпочинку**. Перші обслуговують осіб, які перебувають у ділових поїздках і відрядженнях. Поширеними видами готелів для ділових людей є готелі загального типу, відомчі, для нарад та ін.

До готелів ділового призначення ставляться такі *вимоги*:

1) місцезоташування поблизу адміністративних, громадських та інших центрів міст без обов'язкової наявності зелених терито-

рій для відпочинку і спортивної діяльності;

2) переважання в номерному фонді одномісних номерів (40-50% від номерного фонду);

3) обов'язкова організація в номері робочої зони (наявність письмового столу, робочого крісла, настільного освітлення, письмового приладдя і засобів оргтехніки тощо);

4) максимальна ізоляція номерів від зовнішнього середовища з метою забезпечення умов для зосередженої роботи;

5) наявність приміщень для проведення нарад, переговорів, семінарів тощо, бізнес-центру та служб фінансового забезпечення.

Відомчі готелі розраховані переважно на проживання людей, що приїжджають із діловими цілями до певного відомства, закладу чи підприємства. Тому й розташовуються вони поблизу цього відомства чи в місцях, які зручно зв'язані з ним громадським транспортом. Цей тип готелів був поширений на території СРСР. За кордоном поширене будівництво спеціальних типів *готелів для нарад*, які іноді називаються «конгрес-готелями» чи «конференц-готелями», а також готелів для ділових людей – «бізнес-готелів»;

➤ **готелі для відпочинку** повинні відповідати таким *вимогам*:

1) розташовуватися серед зелених масивів, максимально віддалених від міських центрів;

2) обов'язковою є наявність зелених територій, обладнаних для відпочинку і занять спортом;

3) у номерному фонді повинні переважати двомісні номери;

4) обов'язкова наявність дитячих майданчиків, приміщень для ігор і розваг.

При цьому кожний готель для відпочинку має свої власні характерні особливості. Вони бувають *курортними, стаціонарними і туристсько-екскурсійними*.

Курортні готелі призначені для відносно тривалого відпочинку на одному місці, з можливістю профілактичного лікування чи оздоровлення. Для цього передбачаються приміщення лікувально-оздоровчого призначення відповідно до основного профілю курорту, можлива також організація дієтичного харчування. Курортні готелі мають розвинутий склад приміщень культурно-масового обслуговування (зали багатофункціонального призначення, холи

для відпочинку, бібліотеки, більярдні, приміщення для ігор тощо), а також приміщення й споруди спортивного призначення (басейни, спортзали, спортмайданчики та ін.). Номерний фонд курортних готелів складається переважно з одно-двомісних номерів. Будують курортні готелі в місцях із найсприятливішими природно-кліматичними даними: на морських узбережжях, поблизу озер, цілющих джерел, у гірській місцевості.

Стаціонарні готелі призначені переважно для сімейного відпочинку, тому вони повинні мати приміщення для ігор дітей, в т.ч. і під наглядом персоналу, для спортивно-оздоровчих занять та розваг. У номерному фонді повинна бути передбачена система об'єднання житлових номерів.

Туристсько-екскурсійні готелі призначені для туристів, які відпочивають активно. Туристські готелі будують як у містах, так і за їх межами, поблизу об'єктів туристської привабливості, у місцях із гарними природними чинниками, часто поблизу зелених масивів.

Особливість туристичних готелів – наявність приміщень туристського обслуговування, а також туристсько-методичних кабінетів та інструкторських. У туристсько-спортивних готелях передбачають пункти прокату туристичного та спортивного інвентарю і спорядження (лиж, ковзанів, мисливського та рибальського спорядження, човнів, байдарок тощо). Залежно від специфіки туристсько-спортивного готелю набір цих приміщень відрізняється.

Туристські готелі доцільно розміщувати на маршрутах пересування туристів, які надають перевагу культурним і пізнавальним видам туризму, а також у складі туристсько-спортивних комплексів для осілих видів спортивного туризму зі здійсненням короткотривалих радіальних походів.

Туристичні бази як традиційний тип закладу туризму із регламентованим контингентом відпочиваючих, режимом завантаження, експлуатації та розпорядком роботи призначаються для прийому на відпочинок і обслуговування переважно планових туристичних груп, які подорожують маршрутами, прокладеними по спеціально розроблених і обладнаних пішохідних, лижних, водних, гірських, кінних, санних, велосипедних, автобусних або комбінованих туристських трасах.

Туристичні бази найчастіше знаходяться у приміських зонах відпочинку, у складі туристсько-оздоровчих комплексів чи районів. Експлуатуються вони здебільшого як головні заклади туризму для організації мандрівок по радіальних, лінійних і кільцевих маршрутах із тривалим (4-10 днів) перебуванням основного контингенту туристів власне на самій базі.

На практиці значного поширення набуло розміщення туристичних баз (туристичних готелів) безпосередньо в будинках-пам'ятках архітектури й історичних визначних місцях. Із цією метою проводиться реставрація старих будинків, архітектурних ансамблів із частковим переплануванням відповідно до нового функціонального призначення. У цих випадках туристські бази поєднують функції засобів розміщення, специфічного туристичного обслуговування, а також об'єктів показу, що забезпечує задоволення туристських потреб екзотичного характеру. Цей вид діяльності дозволяє зберегти цінну історичну і культурну спадщину.

У проміжних пунктах туристичних маршрутів створюються *туристичні станції* з терміном перебування від 3-х до 5-ти діб, переважно в малозаселених місцевостях, для надання послуг гостинності (житло, харчування), набору культурно-побутових послуг і спортивного обслуговування туристів.

Різновидом туристичних станцій є *туристичні притулки*, специфіка яких полягає в короткочасності прийому та обслуговування туристів наприкінці окремих етапів туристичного маршруту. Нетривале перебування туристів у притулку (до 2-х діб) дозволяє спростити обслуговування, надаючи їм тільки основні послуги. В особливо важкодоступних місцях туристичного маршруту як транзитні стоянки використовуються *туристичні хатинки*, які також розраховані на нетривале перебування.

3.4. Спеціалізовані готелі

Серед спеціалізованих готелів особливе місце посідають:

1. Засоби розміщення для автотуристів:

- **мотель** – порівняно новий тип готелю, батьківщиною якого є США. Спочатку це були досить примітивні споруди (на початку ХХ ст.), а в 1935 р. з'явився перший мотель,

уже як комфортабельний готель для автотуристів зі стоянкою для автомобіля, автосервісом, заправкою та іншими послугами.

Мотелі, як правило, невеликі – розраховані на 20-30 номерів. Вони забезпечують всебічне обслуговування гостей, а також стоянку, профілактику і ремонт автомобілів. Мотелі надають широкий комплекс послуг: від розміщення туриста до догляду за його дітьми. Типи мотелів різноманітні. Найчастіше це – невеликі одно- чи двоповерхові будівлі: нерідко автомобілі розміщують на нижньому поверсі, а житлові кімнати – на верхньому. Будуються також мотелі, що складаються із груп невеликих будиночків легкої конструкції, де турист почувається як вдома.

Відстань між мотелями може бути різною, залежно від місцевості. Так, на рівній спокійній трасі, де автотурист може пересуватися досить швидко, інтервали між мотелями можуть становити до 400 км, що забезпечує своєчасний відпочинок, а в гірській місцевості цей інтервал може бути скорочений до 150-200 км.

Розташування мотелів повинно пов'язуватися з населеними пунктами і з перетином доріг, уздовж яких проходять маршрути автотуризму. При цьому мотелі доцільно розміщувати в радіусі не більше 1-годинної доступності від міста. Для забезпечення сприятливих умов для відпочинку автотуристів зона відпочинку мотелю повинна бути дещо віддаленою від автотраси (від 50 до 250 метрів). До того ж бажано, щоб ділянка знаходилася справа відносно напрямку основного потоку автотуристів на шляху до туристичного об'єкта;

- **кемпінг** – готельне підприємство полегшеного типу для сезонної експлуатації, призначене для відпочинку автотуристів і паркування їхніх транспортних засобів. УВсі види обслуговування в кемпінгах спрощені: спальні місця розміщують у будівлях літнього типу, часто дерев'яних без опалення чи в наметах; санітарні вузли здебільшого загальні. Розвинуті форми самообслуговування. Іноді при ке-

мпінгах є автозаправні станції та майстерні дрібного ремонту автомобілів. З'являються змішані типи мотель-кемпінгів, де передбачена можливість літнього розширення місткості мотелю за рахунок розташованого на його території кемпінгу. Кемпінги, як правило, доступні для широких верств населення, оскільки забезпечують гарний і дешевий відпочинок;

- **ротель** – різновид кемпінгу, призначений для тих, хто подорожує автомашинами з трейлером. Трейлер – портативний фургон з одно- та двомісними відсіками, де розташовані спальні крісла. Кожний відсік забезпечений вентиляцією, індивідуальним освітленням. Окрім того, є відсік для перевдягання, умивальник і туалет. У задній частині вагону знаходиться кухня та холодильник. Трейлер (власний або взятий напрокат) перевозять як причеп до легкового автомобіля. Трейлер встановлюють у спеціально відведеному місці, підключають до санітарно-технічних комунікацій.

Ротелі бувають двох типів: для масового туризму та класу «люкс». До останніх під'єднуються додаткові вагони, де є бари, ресторани, дискотеки, спортзали. Ротелі розташовують поблизу великих міст чи в мальовничих місцях.

2. Готельні комплекси для водного туризму. Різноманітні установи на водних маршрутах за кордоном можуть бути зведені до кількох основних типів. В основу типології покладена комплексність обслуговування, а також поділ видів обслуговування на основні і другорядні. В результаті виявлено 4 види обслуговування:

- технічне обслуговування плавальних засобів (причали, спуско-підйомні пристрої, зберігання і ремонт);
- обслуговування туристів: надання спальних місць у плаваючому або прибережному готелі, в літніх будиночках або наметах на березі, забезпечення харчуванням, культурно-масове і побутове обслуговування;
- забезпечення персоналу ночівлею і харчуванням;
- інженерне обладнання будівель.

Поділ закладів водного туризму на сезонні і цілорічні за кордоном умовний. Більшість комплексів у районах зі сприятливими кліматичними умовами використовуються цілорічно. Всі установи водного туризму можна віднести до таких **основних типів**:

- комплекси водного туризму;
- окремі споруди і заклади для обслуговування плавзасобів і туристів (марини, флотелі, плавучі готелі тощо);
- окремі спуско-підйомні і причальні пристрої для обслуговування плавзасобів на березі водойм, біля стоянок і наметових містечок відпочинку.

Розміщення закладів водного туризму зумовлене зонуванням туристичної траси на початкову, транзитну і кінцеву зони. Комплекси закладів водного туризму – це складні рекреаційні утворення місткістю до 1750 місць, яким властиве поєднання функцій, що забезпечують умови для ночівлі, відпочинку туристів, а також для стоянки, технічного обслуговування і зберігання плавзасобів:

- **ботелі** (від англ. *boat* – човен, *hotel* – готель) – це сезонні або цілорічні заклади, розташовані на березі річки чи іншої водойми в початкових чи кінцевих зонах маршруту через 150-200 км. Характеризуються високим рівнем комфорту і призначені, насамперед, для занять літнім водним туризмом, байдарковим або вітрильним спортом, а взимку – буєрним спортом. Складаються вони з житлових корпусів готельного типу із системою культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і пристроїв технічного обслуговування плавзасобів. Ділянка ботелю повинна мати обладнану гавань;
- **ботокемпінги** – це заклади сезонного використання на зразок кемпінгу з невисоким рівнем комфорту, призначені для обслуговування водних туристів у поході. Вони мають стаціонарні заклади і споруди технічного обслуговування плавзасобів і розташовані через 70-100 км у проміжних пунктах лінійних водних маршрутів. На станції є ділянки для наметів, майданчики відпочинку, адміністративні будинки, а також пляжі, причали, елінги та ремонтні майстерні зі скороченою програмою обслуговування.

Площі земельних ділянок ботелів і ботокемпінгів повинні визначатися з урахуванням функціонування готельного корпусу та ділянки техобслуговування плавзасобів, тому розмір ділянки ботелю обчислюється з розрахунку 175 м²/місце, а ботокемпінгів – 100 м²/місце (з дещо скороченим набором споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів);

- **флотель** (плавготель, «курорт на воді», плаваючий мотель) – рекреаційний заклад сезонного типу, що функціонує повністю на плаву, з розташуванням спальних і громадських приміщень на дебаркадерах чи застарілих теплоходах. Місткість – 200-300 місць. Дебаркадери можуть блокуватися, утворюючи гавань для прогулянкових суден. Флотель призначений для пересування за маршрутом із зупинкою на 1-3-денний відпочинок у мальовничих місцях. Флотелі можуть швартуватися на березі озера чи водосховища на період навігації та бути опорним пунктом радіальних водних маршрутів. На відміну від ботелів, у флотелях туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, спорядження для рибальства тощо. Поширені в США, Іспанії, Швейцарії;
- **флотокемпінги** – готелі з наплавних споруд, які розміщуються на маршруті через 20-25 км.

Маршрути водного туризму повинні прокладатися в місцях туристичної привабливості та екзотичних ландшафтів протяжністю 200-300 км. Ботелі доцільно розміщувати у початковій і кінцевій зонах маршрутів із врахуванням найбільших можливостей технічного обслуговування. При виборі території для ботелів, ботокемпінгів і флотокемпінгів доцільно обрати місце на березі гавані, що має природні укриття для суден (бухти, гирла річок та ін.). Потрібно передбачити такі зони: готельного корпусу, рекреації та спортивних майданчиків, техобслуговування та ремонту плавзасобів.

Всі зони комплексу повинні містити мінімальний набір приміщень із найменшими показниками площ. Для флотелів і ботелів норма житлової площі порівняно нижча з нормами у готелях і складає: одномісний номер – 7 м², двомісний – 9 м², тримісний – 14 м². На флото- і ботокемпінгах норма житлової площі приймається

3,75-4,5 м²/місце. Центральний елемент генерального плану закладів водного туризму – гавань, яка може бути як природною, так і штучною водоймою;

- особливим типом споруди водного туризму є громадська стоянка **«марина»** (особливо поширені в США, Канаді, Західній Європі). Місткість «марин» різна і залежить від величини існуючого рекреаційного флоту, від прогнозованого прокату та від перспектив розвитку водного туризму і від площі акваторії. Для функціонування «марини» мінімальною вважається площа водної поверхні 100 га. «Марини» можуть бути *міськими* і *заміськими*. Перші – призначені для постійного паркування рекреаційного флоту мешканців міста, а також для тимчасових стоянок суден та обслуговування транзитних водних туристів. Такі стоянки мають високий рівень комфорту і технічного обслуговування плавзасобів. Заміські «марини» можуть входити до складу аквапарків – великих громадських закладів, призначених для найрізноманітнішого відпочинку на воді. Так, у Міссіон Бей-Парку (США), крім гавані зі стоянками та елінгами для зберігання човнів, передбачені кафе, бари, клубні приміщення, ігрові майданчики, автостоянки і спальні корпуси. На водних трасах Великих Озер (Канада) основним закладом обслуговування є «марина». У Великобританії такі громадські стоянки називаються «човновими дворами». До цього типу закладів можна віднести і «бази вихідного дня» в Польщі.

3. Флайтелі – готелі для власників особистих літаків («літаючі готелі» або аероготелі), як правило, розташовані далеко від цивілізованих місць, куди можна потрапити тільки повітряним шляхом. При флайтелі розміщують аеродроми, ангари, елінги, майстерні. Зрозуміло, є ресторани, бари, концертні зали, дансинг тощо. У деяких флайтелях реклама обіцяє відпочинок на повітряних кулях різного калібру (об'єму) і прогулянки на різних дирижаблях. Є при флайтелях і аеростати для повітряних і сонячних ванн тощо.

Перший флайтель виник поблизу міста Таласа в штаті Оклахома (США). Його обладнано майданчиком для посадки гелікоптерів, невеликим аеродромом для літаків, радіостанцією для пілотів і безпосереднім зв'язком із метеостанцією. Пілоти можуть під час польоту розмовляти з керівництвом флайтелю, бронюючи для себе номер і місце для стоянки літака чи гелікоптера. Таких готелів небагато, тому що це надзвичайно дорогий вид відпочинку.

4. Готелі для молодіжного туризму (хостели) зорієнтовані переважно на експлуатацію однією віковою групою людей – від 16 до 35 років. У зв'язку з тим, що молодіжний контингент туристів вирізняється високою мобільністю, прагненням до активних видів відпочинку і досить низькою потребою в комфорті, планувальна структура цих готелів має свою специфіку. В готелях для молоді переважають три-, чотиримісні номери і, як правило, добре розвинутий блок приміщень культурно-масового обслуговування.

У країнах Скандинавії та Північній Карелії, де багато лісових озер, поширений відпочинок у невеликих **котеджах** на одну сім'ю від 2 до 8 осіб. Будинки обладнані всім необхідним устаткуванням відповідно до їхньої вартості. Більшість котеджів мають каміни і сауни. До послуг туристів човни, рибальське приладдя, лижне спорядження.

У світовій практиці готельної індустрії варто також виділити шале та бунгало. **Шалé** (від французького слава «шалет») – це сільський будиночок у горах. Шале як тип готелів уперше виник у Швейцарії. **Бунгало** – сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами. Найчастіше зустрічається в тропічних країнах.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Назвіть основні класифікаційні ознаки, що впливають на тип готелю, запропоновані В. Хунцикером і К. Крапфом. Які види готелів виділяють залежно від цих ознак?

2. Дайте визначення поняття «місткість готелю». Як поділяються готелі за місткістю в різних країнах світу? Яка місткість вважається оптимальною?

Види сучасних засобів розміщення

3. Назвіть види готелів, що виділяються залежно від рівня цін і способу надання харчування.

4. Від яких чинників залежить поверховість готельних будівель у різних країнах світу? Як поділяються готелі за поверховістю?

5. На які дві групи поділяються засоби розміщення відповідно до стандартної класифікації, запропонованої ВТО? Назвіть представників кожної групи.

6. Назвіть і охарактеризуйте готелі, які виділяються залежно від споживача готельних послуг.

7. Розкрийте особливості функціонування нового виду готельних послуг – таймшеру.

8. Як поділяються готелі залежно від призначення? Охарактеризуйте транзитні готелі і готелі для постійного проживання. Чим відрізняються пансіони та анонімні пансіони від апарт-готелів?

9. Назвіть вимоги, що ставляться до готелів ділового призначення і готелів для відпочинку. Як поділяються готелі для відпочинку?

10. Охарактеризуйте засоби розміщення для автотуристів. Назвіть особливості їхнього розміщення і облаштування.

11. Розкрийте особливості розміщення готельних комплексів для водних туристів. Дайте характеристику основних видів водних закладів.

12. Охарактеризуйте флайтелі, хостели та інші спеціалізовані засоби розміщення, поширені в різних країнах світу.

4. СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ У СВІТІ

- 4.1. Проблеми створення міжнародної класифікації готелів.
- 4.2. Особливості американської класифікації готелів і мотелів.
- 4.3. Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу.
- 4.4. Класифікація готелів в Україні і країнах СНД.

4.1. Проблеми створення міжнародної класифікації готелів

Класифікація готелів – це визначення відповідності конкретного готелю і номерів критеріям або стандартам обслуговування. Прийнята в кожній країні класифікація містить категорію розрядності, що є якісним параметром стандарту. Розрядність готелю впливає на його престиж, формування клієнтури, вартість готельних послуг тощо.

При атестації готелю для присвоєння йому певної категорії враховують вимоги, що ставляться до:

- будинку та прилеглої території;
- номерного фонду;
- технічного устаткування;
- оснащення меблями;
- предметів санітарно-гігієнічного оснащення номера;
- загальних приміщень;
- приміщень для надання послуг харчування;
- послуг, що пропонуються підприємствами розміщення;
- персоналу та його підготовки тощо.

Проблеми розробки та введення єдиної міжнародної класифікації готелів належать до найскладніших у туристичній галузі. В багатьох країнах Європи найпоширенішою є зіркова система класифікації готелів. За час її існування дотепер так і не сформували єдині правила присвоєння готелям певної категорії. У більшості країн кількість «зірок» на фасаді готелю – справа абсолютно добровільна. На жаль, сьогодні «зірковість» готелів діє як своєрідна принада для туристів. У різних країнах навіть готелі з однаковою кількістю «зірок» можуть відрізнятися за рівнем сервісу, комфорності номерів, місцем розташування тощо.

Всесвітня туристична організація (ВТО) у 1972 р. спробувала покласти край цьому «параду зірок» і запровадити універсальну

систему класифікації готелів. Секретаріат ВТО виніс на розгляд міжнародним готельним компаніям новий перелік правил для визначення «зірковості» готелів. Згідно з цією класифікацією готеліві може бути присвоєна одна з п'яти категорій залежно від обладнання, рівня комфорту та набору послуг, що пропонуються.

За даними Міжнародної Готельної Асоціації (МГА), на сьогодні офіційна система класифікації прийнята тільки в 64 країнах світу, в 11 – вона знаходиться на стадії розробки, в 58 – готелі не мають єдиної класифікації. Серед останніх такі країни масового туризму, як Великобританія, США та Японія. Проте ця система класифікації не була схвалена національними членами МГА. Більшість країн визнали неможливість створення єдиної міжнародної системи класифікації готелів через неоднозначність підходів до оцінки якості обслуговування, несхожість кліматичних та інших умов. Потрібний час для того, щоб більшість країн внесла свої пропозиції до даної класифікації, що зробить її ефективнішою і прийнятнішою.

Сьогодні у світі діє близько *тридцяти* різних систем класифікації готелів. Навіть в окремих країнах класифікація готелів далека від однозначності.

При всій різноманітності національних оціночних систем існують головні критерії класифікації готелів *за рівнем комфорту*, які можна об'єднати у дві групи:

1. **Статичні показники комфорту**, які визначаються на етапі проектування та зведення споруди готелю й залежать від архітектурно-планувальних особливостей будівлі, функціонального складу та площі приміщень, їхнього технічного оснащення. Статичні показники залишаються незмінними впродовж багатьох років і саме вони є основою щодо оцінки рівня комфортності готелю. Без зміни цих показників неможливо кардинально змінити й рівень комфорту. Прикладом класифікації за цими ознаками може бути *австрійська система класифікації*.

2. **Динамічні показники комфорту**, які визначаються на етапі експлуатації готелю: характеристики санітарного стану приміщень, асортимент і якість процесу надання послуг, кваліфікація та професійні навички персоналу, культура спілкування тощо. Ці показники легше піддаються вдосконаленню.

Отже, **рівень комфорту** – це комплексний критерій, складовими якого є:

- стан номерного фонду: площа номерів (у м²), частка однокімнатних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність зручностей тощо;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення та ін.;
- наявність і стан закладів харчування: ресторанів, кафе, барів тощо;
- стан будівлі, під'їзних шляхів, облаштування прилеглої до готелю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, в т.ч. наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;
- забезпечення можливості надання додаткових платних і безкоштовних послуг.

Вищезазначені критерії оцінюються практично в усіх існуючих на сьогодні системах класифікації готелів. Окрім того, низка вимог ставиться і до персоналу та його підготовки: освіти, кваліфікації, віку, стану здоров'я, знання іноземних мов, зовнішнього вигляду тощо.

Відтак у міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг готелів на сучасному етапі співіснують два **підходи**:

1. **Кількісний** – коли при віднесенні готелю до певної категорії беруться до уваги нормативи площі приміщень, відсоткового співвідношення кількості номерів із санвузлом, телефоном та іншими зручностями до загальної кількості місць, наявність відповідного асортименту послуг. Більшість таких показників можна подати у цифровому вигляді;

1. **Якісний** – коли оцінюється місце розташування готелю відповідно до його призначення, якісні показники процесу надання послуг, санітарний стан території та будівлі, досконалість меблів та обладнання, рівень кваліфікації персоналу тощо. У цьому випадку оцінка дається у певній кількості балів. Але, на жаль, часто застосовуються недостатньо конкретні критерії оцінки, на зразок «гарний район», «зручні ліжка», «доброякісне харчування», «дос-

відчений персонал».

Рівень комфорту лежить в основі практично всіх 30-ти систем класифікації готелів. Найпоширенішими серед них є:

➤ *європейська* чи, як її часто називають, *система зірок*, що застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Росії та інших державах, які беруть участь у міжнародному туристському обміні;

➤ *система букв (A, B, C, D)*, яка використовується у Греції;

➤ *система «корон»* чи *«ключів»*, характерна для Великобританії та ін.

4.2. Особливості американської системи класифікації готелів і мотелів

На відміну від інших країн, у США немає єдиної офіційної, затвердженої урядом системи класифікації готелів.

За *комфортабельністю* вони здебільшого поділяються на п'ять категорій. В Америці найвищий статус присуджується двома закладами: American Automobile Association (AAA) називає свій приз «П'ять діамантів», а Mobile Travel Guide – «П'ять зірок». Із понад 21000 готелів вищої категорії п'ятизіркового статусу удостоєні тільки 35 (менше 2 %). AAA займається інспекцією готелів з 1977 р. Із 19500 готелів США, Канади і Мексики менше 2 % удостоєні вищого призу – «П'ять діамантів». 25 готелів отримали обидві вищі нагороди – і «П'ять діамантів», і «П'ять зірок».

Готелі класифікують також за місцем розташування, за цінами і типами послуг, які вони пропонують.

За *цінами* готелі США поділяються на *бюджетні* (\$25-35), *економічні* (\$35-55), *середні* (\$55-95), *першокласні* (\$95-195), *апартаментні* (\$65-125), *фешенебельні* (\$125-425).

Залежно від свого *місця розташування* готелі можуть бути *центральними* (розташовані в центрі міста), *курортними* (в курортній місцевості), *казино* (в одному із центрів ігрового бізнесу), *аеровокзальними* (в районі аеропорту), *автоштрадними* (на автоштраді). Є й інші критерії класифікації, наприклад, *умови користування*: таймшер, кондомініум, для тривалого проживання, для проведення конференцій тощо.

Готельний бізнес США характеризується тим, що готелі дедалі більше орієнтуються на визначений сегмент ринку. Так, у майбутньому передбачається виділення трьох типів готелів:

1. «Люкс» – із численним персоналом, надзвичайно високим рівнем сервісу для найвимогливіших клієнтів.

2. **Готель середнього рівня**, що максимально використовує сучасні технології, намагається за допомогою автоматизації зменшити експлуатаційні витрати, а відповідно, й ціни.

3. **Невеликий затишний готель**, призначений для тих клієнтів, які потребують більше персональної уваги до себе, але без необхідності оплачувати послуги за цінами «люкс».

4.3. Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу

У кожній окремо взятій країні до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації існують різні підходи. Саме ця обставина, а також низка інших чинників, зумовлених культурно-історичними і національними традиціями держав, перешкоджають запровадженню у світі єдиної системи класифікації готелів.

Найпоширенішою вважається **французька національна класифікація**, яка встановлює для туристичних готелів 6 категорій, серед яких 5 – із присвоєнням певної кількості зірок («1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки», «4 зірки – «Люкс»), одна – без зірки. Така система дозволяє якнайповніше охопити ринок готельних послуг.

Жодне готельне підприємство не може претендувати на присвоєння категорії, якщо воно не відповідає мінімальним вимогам-критеріям, об'єднаним у такі групи (див. табл. 4):

A – кількість кімнат;

B – загальні приміщення;

C – обладнання готелю;

D – комфортність житла;

E – обслуговування;

F – доступність для інвалідів і осіб з обмеженістю пересування.

Розмір готелю практично не впливає на його класність (мінімальна кількість номерів коливається від 7 до 10), оскільки клієнтові надається окремий номер, і тільки його обладнання і набір

Системи класифікації готелів у світі

послуг, які надаються, є критеріями оцінки його категорії. Значимо, що у Франції переважають готелі середнього класу (1* – 40,6 %, 2* – 32,2 %, 3* – 18,3 %, 4* – 5,3 %, 4* «люкс» – 3,6 %).

Таблиця 4

*Мінімальні вимоги до готелів згідно з французькою
(європейською) системою класифікації*

<i>Параметри</i>	<i>Одиниця виміру</i>	<i>1*</i>	<i>2*</i>	<i>3*</i>	<i>4*</i>	<i>4* Люкс</i>
Кількість номерів	од.	не < 7	не < 7	не < 10	не < 10	
Площа холу	м ²	9	30	30	30	150
Мінімальна площа: од- номісного/двомісного	м ²	8/9	8/9	9/10	10/12	10/14
Частка багатокімнатних номерів	%					5
Частка номерів з ванною	%	-	30	70	90	100
Частка номерів із теле- фоном	%			100	100	100
Гараж для автомобілів гостей	так/ні			×	×	×
Ресторан у готелях	так/ні	×	×	×	×	×
Сніданок у номер	так/ні			×	×	×
Вентиляція в номерах				×	×	×
Знання іноземних мов працівниками служби прийому	кіль- кість		1	2	2	3

Індійська система класифікації готелів також має п'ять категорій: «1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки» та «5 зірок», які присвоює спеціальна комісія на основі бальної оцінки. При цьому кожному пунктові присвоюється можлива максимальна оцінка, а комісія може на свій розсуд дати до 15 балів за будь-які, не передбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для одержання тієї чи іншої категорії потрібно набрати встановлену для кожного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість по кожному пункту повинна становити не менше 50 % від макси-

мальної оцінки: «1 зірка» – 100 балів; «2 зірки» – 150 балів; «3 зірки» – 210 балів; «4 зірки» – 260 балів; «5 зірок» – 290 балів.

У Греції користується популярністю «буквена» система класифікації, хоча на фасадах готелів можна побачити і звичні зірки. Всі грецькі готелі поділяються на чотири категорії: А, В, С, D. Готелі категорії «А» відповідають чотиризірковому рівню, «В» – тризірковому, «С» – двозірковому, «D» – однозірковому. Готелям вищого класу в Греції нерідко присвоюється категорія «De Luxe».

Проте, незважаючи на наведену класифікацію, засоби розміщення Греції, що мають однакові категорії, можуть істотно відрізнятися між собою. В готелях категорії «С» (2*) пропонують мінімальний набір послуг і розташування не на узбережжі моря. Готелі категорії «В» (3*), якщо знаходяться в курортній зоні, то майже завжди – на морському узбережжі. Готелі категорії «А» (4*) характеризуються вищим рівнем обслуговування.

Згідно з **німецькою класифікацією**, готельні підприємства поділяються на 5 класів. Із метою гармонізації з Європейською системою тут відразу передбачається відповідність кожного класу певній кількості зірок:

- туристський клас – 1*;
- стандартний клас – 2*;
- комфортний клас – 3*;
- перший клас – 4*;
- люкс – 5*.

Німецька класифікація встановлює вимоги за 22 обов'язковими і незалежними від класу підприємств критеріями:

- 1) робота служби прийому (reception);
- 2) сервіс сніданків;
- 3) сервіс напоїв;
- 4) сервіс харчування;
- 5) наявність телефону в номері;
- 6) робота телефону;
- 7) мінімальна площа для 75% номерів, включаючи площу санвузла;

- 8) санітарний комфорт (у % до загального оснащення санвузлів);
- 9) оснащення санвузлів;
- 10) наявність «suite»-номерів (номерів-апартаментів);
- 11) вмеблювання та оснащення номерів;
- 12) наявність радіо і ТВ-приймачів у номері;
- 13) наявність подарунків для гостей;
- 14) послуги прання і прасування;
- 15) наявність сейфів;
- 16) кількість і стан холів;
- 17) можливість безготівкового розрахунку;
- 18) наявність телефаксу;
- 19) кількість і режим роботи готельних барів;
- 20) кількість і режим роботи ресторанів;
- 21) можливість проведення конференцій і банкетів;
- 22) кількість додаткових (факультативних) послуг.

Стосовно останньої вимоги встановлена така кількість додаткових послуг:

- для готелів туристичного класу – 0;
- стандартного – 25;
- комфортного – 70;
- першого класу – 120;
- класу «люкс» – 270.

Особливістю німецької класифікації є те, що тут передбачені категорії й для таких типів готельних підприємств, як пансіони, заїжджі двори, готелі-гарні. При встановленні відповідних категорій для них існують такі обов'язкові категорії, як «Ресторан», «Сервіс харчування», а кількість факультативних критеріїв набагато менша: для стандартного класу – 15, комфортного – 50, першого класу – 90. Крім того, вказаним типам підприємств максимально може бути присвоєний перший клас.

Австрія – один із визнаних світових лідерів із прийому туристів, тільки в гірській частині країни налічується понад 20 тис. готелів. До найдешевших засобів розміщення відносять «youth hotel», яких в Австрії не менше 100. В цих недорогих молодіжних гуртожитках бажаючі можуть переночувати, але будь-які особливі зруч-

ності їм не гарантують. Готелі Австрії оцінюються за п'ятизірковою системою, в сільській місцевості зустрічаються так звані позакатегорійні готелі – невеликі одно-, дво- і триповерхові будинки, які здебільшого обслуговуються фермерською сім'єю.

Класифікація **англійських** готелів досить складна. Як правило, на фасаді зображені не зірки, а корони. Щоб перевести категорію готелю з «мови корон» на «зіркову мову», потрібно від загальної кількості «корон» відняти одну. Але найбільш правильною вважається класифікація, запропонована Асоціацією британських турагенцій – British Travel Authority (BTA), згідно з якою виділяють такі типи готелів:

- *бюджетні готелі (1*)* – розташовані в центральній частині міста і мають мінімум зручностей;
- *готелі туристичного класу (2*)* – в структурі обов'язково є наявність бару і ресторану;
- *готелі середнього класу (3*)* – рівень обслуговування достатньо високий;
- *готелі першого класу (4*)* – дуже висока якість комфорту і відмінний рівень обслуговування;
- *готелі вищої категорії (5*)* – рівень обслуговування і проживання екстракласу.

Обов'язкова класифікація включає п'ять категорій «зірок» чорного і червоного кольорів. Кожне підприємство інспектується щорічно. Цим займається Автомобільна Асоціація Великобританії. Класифікація проводиться за спеціальними критеріями. Цю роботу виконують добре підготовлені інспектори, які регулярно і дуже ретельно обстежують будівлі готелів. Готелі перевіряються анонімно. Поселившись на одну добу під виглядом звичайного клієнта та отримавши вранці рахунок, інспектор називає себе керівництву і після цього проводить детальну перевірку всього підприємства. При одержанні позитивної оцінки і присвоєнні заслуженої кількості «зірок» готель інспектується так щорічно.

При зміні власника готелі автоматично втрачають свою кваліфікаційну оцінку і повинні атестуватися під керівництвом нового власника. Оплата за роботу з атестації готелю залежить від його

розмірів, забезпеченості обладнанням. Окрім того, оплачується реєстрація присвоєної категорії.

Спочатку, як правило, готелям присвоюються «зірки» від 1 до 5 чорного кольору. Вони характеризують відповідність закладів гостинності єдиним прийнятим у країні стандартам. Окрім чорних зірок, готелям присвоюються додаткові оцінки у відсотках. Відсотки відображають якісну різницю обслуговування в готелях з однаковою кількістю зірок. Цю оцінку у відсотках ставить інспектор, керуючись своїми особистими враженнями від обслуговування.

Готелям, які забезпечують прекрасний рівень гостинності і комфорту, присвоюють від 1 до 5 «зірок» червоного кольору. Така оцінка присвоюється щорічно певній групі готелів, визнаних кращими у межах своєї категорії. У цьому випадку відсоткова оцінка за якість не обов'язкова.

Класифікація **італійських** готелів досить заплутана; офіційної «зіркової» шкали в країні немає. Готельна база Італії представлена 40 тис. готелів, розкиданих по всій країні. Згідно з прийнятими в Італії нормами, готелі диференціюються за трьома категоріями: першу категорію умовно можна віднести до чотиризіркової; другу – до тризіркової; третю – до двозіркової. Крім того, в межах кожної категорії існує своя довільна градація.

До найістотніших особливостей італійських готелів варто віднести їхні невеликі розміри (50-80 номерів).

В **Іспанії** існує окрема градація різних видів засобів розміщення за категоріями:

- *готелі* – п'яти категорій (від 1* до 5*);
- *будинки готельного типу, бунгало, апартаменти* та ін. – чотирьох категорій (від 1* до 4*);
- *постоялі двори* – трьох категорій (від 1* до 3*);
- *пансіони* – трьох категорій.

Крім того, в Іспанії функціонують державні підприємства з прийому туристів (парадори), підпорядковані Державному міністерству з туризму. До них належать старі фортеці, замки, палаци, обладнані під готелі категорії «люкс».

Асоціація готелів **Скандинавії** (Данія, Швеція, Норвегія) мають свою міжнаціональну класифікацію. Вона побудована за французьким чи європейським типом, лише клас готелів позначається не «зірками», а «сонцями». Знак має вигляд половинки сонця, яке сходить на тлі неба. Клас готелю визначають експерти Асоціації. У скандинавських країнах прийняті єдині позначення послуг у вигляді піктограм, які широко використовуються в усіх каталогах Асоціації. Завдяки цьому клієнт одразу отримує повну інформацію про те, яке обслуговування очікує на нього в готелі.

При класифікації готелів у **Єгипті** також використовують зірки, але порівняно з європейською системою вони дещо завищені (приблизно на 1-2 зірки).

Ізраїль має висококласний курортно-готельний комплекс на берегах Середземного і Червоного морів. Кількість готелів щороку зростає, а зіркова класифікація, що існувала там ще 10 років тому, анульована. Замість неї використовується диференціація готелів за трьома категоріями. Все ж, працівники туристичних фірм для зручності продовжують оцінювати готелі Ізраїлю за зірковою шкалою.

У тризіркових готелях Ізраїлю клієнти можуть отримати мінімально необхідний для повноцінного відпочинку набір послуг. Чотиризіркові готелі відрізняються від попередніх не тільки більшим комфортом, але й кращим місцерозташуванням і вищим рівнем обслуговування. Готелі найвищої категорії характеризуються особливим шармом і аристократизмом, відповідають всім встановленим вимогам.

В **Китаї**, крім п'ятизіркової системи, використовується своя специфічна шкала, згідно з якою до найпростіших засобів розміщення відносять «гостьові будинки» (zhaodaisuo) – постоялі двори чи хостели, які нагадують студентські гуртожитки. Більш комфортними вважаються «будинки для гостей» (bin-guan) – це готелі дво-тризіркового рівня. До найпрестижніших засобів розміщення, що відповідають вимогам до готелів 3-4*-ї категорії, належать туристичні готелі, а до готелів 4-5*-ї категорії – «винні будинки»

(jindian). При цьому китайські стандарти аж ніяк не поступаються європейським.

Отже, кожній країні властива своя класифікація готелів і готелі, які належать до однієї категорії, але розташовані в різних країнах, мають істотні відмінності.

Власний підхід до класифікації готелів мають готельні ланцюги. Переважно у них виділяються не категорії, а **марки**, що поширюються на всі готелі конкретного ланцюга. В кожній марці може враховуватися не тільки рівень комфорту, але й призначення, місце розташування та деякі інші критерії. Наприклад, великий європейський готельний ланцюг **Accor** (Франція) пропонує кілька марок підприємств, що характеризуються різноманітною палітрою послуг і цін:

- *Sofitel* – 5*;
- *Novotel* – 4*;
- *Mercury* – 3*, яка за рівнем комфорту і цінами поділяється ще на 3 групи: *Relais/Inn* – пропонує стандартні номери, якісне обслуговування за помірними цінами; *Hotell/Mercury* – послуги вищого рівня, індивідуальне обслуговування, комфортабельне розміщення; *Grand/Hotell* – прекрасне розташування готелю, вишуканий комфорт і високий рівень обслуговування цілодобово.

- *Ibis* – 2*;
- *Etap* – 1*;
- *Formule 1* – без зірки.

Із врахуванням кон'юнктури ринку готельний ланцюг **Accor** об'єднує низку готельних підприємств, незалежно від їхньої марки, з метою обслуговування певних сегментів туристичного ринку. Наприклад, деякі готелі марки *Novotel* і *Mercury* входять до групи «*Atria*», яка спеціалізується на прийомі та обслуговуванні конгресменів, виставок та інших професійних зустрічей і заходів. Інша група готелів має у своїй назві знак «*Goralia*», що означає «курортний готель».

Найбільший американський готельний ланцюг **Holiday Inn** при виділенні марок бере до уваги місце розташування, тривалість перебування клієнтів і деякі інші критерії, і передбачає такі марки:

- *Garden Cort* – готелі економічного класу;

- *Holiday Inn express* – готелі квартирного типу (апарт-готелі);
- *Holiday Inn sun resorts* – курортні готелі для осіб із високими прибутками;
- *Holiday Inn select* – готелі для ділових людей;
- *Holiday Inn hotels end* – готелі, 10% номерного фонду яких складають апартаменти для ділових людей, але з тривалим перебуванням.

Досить часто назви марок не надають споживачеві відповідної інформації, внаслідок чого туроператори проводять умовне співвідношення кожної марки певній кількості зірок за європейською системою.

4.4. Класифікація готелів в Україні і країнах СНД

Вперше класифікацію готельного фонду України було здійснено в 50-ті роки ХХ ст. у межах загальної для СРСР системи класифікації готелів і готельних номерів. Першу систему класифікації було затверджено Постановою Ради Міністрів СРСР від 14 лютого 1952 р., згідно з якою готельні підприємства поділялися на 4 розряди:

IV розряд – підприємства типу гуртожитків, будинків для приїжджих, кімнат для ночівлі при вокзалах із наданням лише місця для ночівлі та відпочинку;

III розряд – готельні підприємства з водогоном і каналізацією;

II розряд – готелі з системою першочергових послуг: водогоном і каналізацією, опаленням, телефонним зв'язком, рестораном або буфетом;

I розряд – готелі із добре вмебльованим та оформленим номерним фондом, що надавали необхідні послуги за допомогою власних служб обслуговування, в т.ч. служби прийому, бюро обслуговування, перукарні та ін.

Готелі, які перевищували рівень комфорту I розряду, відносилися до **позарозрядних**. До них ставилася ціла низка вимог, пов'язаних з архітектурною характеристикою споруди, впорядкованістю прилеглої території, інженерно-технічним оснащенням, рівнем розвитку служб обслуговування та широтою асортименту послуг. Ця класифікація враховувала *мінімальні вимоги* до готельного

комфорту (в основному кількісного характеру), а за *відправну точку* було взято *примітивне приміщення* для ночівлі та відпочинку. Такий тип класифікації відповідав тогочасному стану готельного фонду СРСР, який формували переважно підприємства середнього якісного рівня.

Упродовж 60-70-х років ХХ століття якісна характеристика готельного фонду СРСР значно змінилася. Підвищилася комфортність новозбудованих готелів, до проектів яких почали включати приміщення культурного, спортивного та розважального призначення: конференц-зали, басейни, сауни, бари, вар'єте. Значна увага приділялась таким елементам комфорту, як кондиціонування повітря, індивідуальна сигналізація, аудіо- та відеообладнання, системи автоматичного управління процесом обслуговування. Багато старих готелів було реконструйовано й переобладнано. Постає потреба перегляду діючої класифікації.

У 1979 р. Держкомцін СРСР видав «Положення про віднесення готелів до розрядів, а номерів у них до категорій», яке набрало чинності з 1 квітня 1984 р. Дія цього документа поширювалася на всі готелі, мотелі, туристичні бази й пансіонати СРСР незалежно від відомчого підпорядкування. *Відправною точкою став максимальний набір вимог до готелів «міжнародного класу»*. Таких готелів налічувалося лише чотири на території СРСР – «Космос» та «Міжнародний» у Москві, «Прибалтійський» і «Пулковський» у Ленінграді. Вони були віднесені до розряду «Люкс». Зі зниженням вимог знижувався й розряд готелю: *Вищий А, Вищий Б, I, II, III*. До IV розряду відносили готельні підприємства, що не відповідали мінімальному набору вимог. Номери в готелях відносили до категорій: вища, I, II, III і IV.

Проте вже в 70-80-х роках готельний фонд СРСР характеризувався значною якісною різноманітністю. Використання «*кількісного*» типу класифікації призводило до того, що однаковий розряд часто надавався готелям різного якісного рівня, з'явилася хибна практика підвищення розрядності готелю за рахунок збільшення переліку послуг, кількості зручностей у номері, тобто – шляхом зміни динамічних показників без урахування їхньої якості та будівельного стандарту. Наприклад, у номерах встановлюва-

ли телефони, телевізори, холодильники без урахування розміру площі, особливостей інтер'єру. При формальному підвищенні це практично знижувало комфортність номеру.

Крім того, рівень обслуговування в готелях для іноземних гостей системи «Інтурист» був значно вищим, ніж у інших комунальних готелях одного з ними розряду. На міжнародному туристичному ринку «Інтурист» був змушений застосовувати іншу класифікацію засобів розміщення за рівнем комфорту – «*first class*», «*international class*». За цією системою всі готелі поділялись на 2 типи: для короточасного перебування туристів і бізнесменів та рекреаційні. Готель міг бути віднесений до однієї з п'яти зірок за умови, якщо буде набрана необхідна сума балів, за якими оцінювалися відповідні вимоги до його будівлі, меблів, обладнання, характеристики номерного фонду, підприємств харчування, асортименту та якості послуг. Якість послуг готелю оцінювалась на «відмінно», «добре» і «задовільно», а також відображалась у певній кількості балів для кожного з показників. Бальна система класифікації «Інтуристу», яка може бути віднесена до «*якісного*» типу класифікацій, більше відповідала міжнародним стандартам оцінки готелів і стану готельної бази СРСР кінця 80-х років.

До початку 90-х років ці дві системи класифікації існували в країні паралельно, а частина готелів оцінювалась у двох системах. Після розпаду СРСР та здобуття Україною статусу незалежної держави, скасування Держкомінтуристу СРСР, усі документи, що визначали порядок класифікації готелів, фактично втратили чинність. До 1993 р. готелі формально зберігали розряди та категорії, але офіційної системи їхньої класифікації не існувало. Наприкінці 1993 р. Російським Технічним комітетом зі стандартизації була розроблена система класифікації готелів (мотелів) Російської Федерації «Туристично-екскурсійне обслуговування». Вона була введена в дію як Державний стандарт Російської Федерації Постановою Держстандарту Росії від 21 лютого 1994 р. Державний стандарт (ГОСТ Р 50645-94) мав назву «Туристично-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів» і включав вимоги до готелів різних категорій – від 1 до 5 зірок. Стандарт застосовувався при сертифікації готелів (мотелів) Росії.

Згідно з Угодою про проведення узгодженої політики в галузі стандартизації, метрології та сертифікації держав-учасниць СНД, у березні 1996 р. Держстандарт України видав наказ про введення на її території з 1 січня 1997 р. міждержавних стандартів у сфері послуг населенню, в тому числі у галузі туристично-екскурсійного обслуговування. А міжнародним стандартом класифікації готелів визнано російський державний стандарт, де йдеться, що класифікація готелів здійснюється за категоріями і базується вона на комплексі вимог до матеріально-технічного забезпечення, номенклатури і якості послуг, що надаються, рівня обслуговування. Категорія позначається спеціальним символом – «*» (зірка). Кількість зірок зростає згідно з підвищенням рівня якості послуг. Готелі класифікуються за п'ятьма категоріями, мотелі – за чотирма.

В Україні ця робота лише розпочинається. Тому уніфікувати, тобто наближати до світового рівня, необхідно насамперед якість матеріальної бази готельного господарства. Критерії оцінки якості готельного обслуговування та систему стандартів класифікації готелів доцільно будувати так, щоб результат сертифікації (кількість зірок, присвоєних готелю) дійсно відповідав високому рівню комфорту з точки зору іноземного та вітчизняного споживача як щодо технічної якості матеріально-технічної бази, так і стосовно якості роботи персоналу.

При розробці вимог до вітчизняних готелів різних категорій взяті до уваги рекомендації регіональної європейської системи класифікації. Показники оцінки системи вимог до вітчизняних підприємств розміщення враховують сучасні вимоги до споруди готелю, його технічного обладнання, наявності зручностей для гостя в номері, а також до приміщень загального користування, громадського харчування, асортименту побутових та інших послуг. Але більшість вимог оцінюється за кількісними показниками: площею приміщень, розмірами та кількістю необхідних меблів, переліком обладнання, інвентарю, забезпеченням предметами санітарно-гігієнічного призначення, відсотковим співвідношенням типів номерів, а відповідність матеріальної бази та функціональної якості послуг готелю вимогам певної категорії фіксується оцінкою «відповідає» чи «не відповідає» нормативній документа-

ції. Наприклад, важко оцінити однозначно «здатність персоналу до створення в готелі атмосфери гостинності» та «виявлення доброзичливості щодо клієнтів» або «наявність умов для прийому й обслуговування інвалідів, що користуються кріслами на колесах», «відповідність показників мікроклімату в приміщеннях для обслуговування туристів установленим санітарно-гігієнічним вимогам», «ступінь зручності під'їзних шляхів» та «упорядкованості території готелю» тощо.

Необхідно розробити українську (національну) систему сертифікації готельних послуг, яка б враховувала як «статичні», так і «динамічні» критерії оцінки якості обслуговування та сучасний стан матеріально-технічної бази з урахуванням типів підприємств готельного господарства (готелі, мотелі, кемпінги) та їх спеціалізації (ділові, рекреаційні, спортивні, мобільні тощо). Крім того, суттєві відмінності мають колективні засоби розміщення (готельні, туристичні комплекси, кемпінги) та індивідуальні (бунгало, намет, ротель), що також необхідно враховувати при формуванні системи сертифікації послуг розміщення окремих категорій клієнтів.

У 2004 р. в Україні був переглянутий Державний стандарт «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів» і введений в дію Національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», який встановлює класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщення незалежно від форм власності та відомчої належності. Він придатний для застосування з метою сертифікації готельних послуг (див. додаток А).

Класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщення за категоріями здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до матеріально-технічної оснащеності, переліку послуг, що надаються та кваліфікації персоналу.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття «класифікація готелів». Назвіть вимоги, які враховують при атестації готелю для присвоєння йому певної категорії.

2. Коли Всесвітня туристична організація спробувала запровадити універсальну систему класифікації готелів? Чому на сьогодні існує проблема створення міжнародної системи класифікації готелів у світі? Скільки систем класифікації готелів діє у світі?

3. Охарактеризуйте критерії класифікації готелів за рівнем комфорту. Назвіть складові рівня комфорту.

4. Розкрийте сутність кількісного та якісного підходів при стандартизації і сертифікації готельних послуг.

5. Охарактеризуйте особливості американської системи класифікації готелів і мотелів.

6. Назвіть вимоги, які враховуються при французькій системі класифікації готелів. Розкрийте особливості індійської системи класифікації готелів.

7. Охарактеризуйте особливості грецької та німецької систем класифікації готелів.

8. Опишіть принципи класифікації готелів у Великобританії, Іспанії та країнах Скандинавії.

9. Охарактеризуйте підходи до класифікації готелів усередині готельних ланцюгів.

10. Опишіть етапи створення класифікації готелів в Україні.

РОЗДІЛ 2

ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

5. ПРИЗНАЧЕННЯ ГОТЕЛІВ, ЇХ РОЗТАШУВАННЯ У СТРУКТУРІ МІСТА

5.1. Розвиток архітектурних форм будівлі готелю.

5.2. Сучасні архітектурні концепції готельних будівель.

5.3. Особливості вибору майданчиків для будівництва готельних комплексів.

5.4. Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста.

5.1. Розвиток архітектурних форм будівлі готелю

Будівля готелю посідає особливе місце серед різноманітних споруд якнайширшого функціонального призначення. Вона відображає, як правило, соціально-економічні умови розвитку суспільства, характер взаємовідносин у ньому, рівень культури і побуту. Форма будівлі впродовж століть піддавалась постійним змінам, проте характер і вид обслуговування визначили її основи і специфіку, які вирізняють її серед інших будівель загальної міської забудови.

Розвиток форми будівлі готелю впродовж всієї історії свідчить про тісний зв'язок цього виду архітектури з розвитком суспільного життя. В періоди її розквіту створювалися будівлі зі складною і багатою формою, в періоди застою – практично єдиною формою є примітивне укриття. Крім того, не всі наявні відомості про стан готельної справи в будь-яку епоху можуть бути доповнені планами і малюнками будівель постійних дворів того періоду.

Виходячи з описів археологами найперших об'єктів розміщення – постійних дворів, караван-сараїв, «странноприимных» будинків, дорожніх інн-готелів та ін., можна зробити певні висновки:

1. Внутрішні приміщення за їхнім функціональним призначенням поділялись на *житлові* (кімнати для сну), *громадські* (холи, вестибулі, коридори), *підсобні* (склади для зберігання товарів, конюшні), *технічні* (приміщення для підігрівання води в басей-

Призначення готелів, їх розташування у структурі міста

нах, де гості мили ноги й купались).

2. Послуги об'єктів розміщення не обмежувались вищезазначеними. Були також крамниці, де продавались товари першої необхідності; кухні, де готувалась їжа для клієнтів; майстерні з ремонту одягу і взуття. Тобто основна послуга (надання ночівлі) доповнювалась певним переліком інших.

3. Міцні стіни й обмежена кількість входів дозволяли за потреби витримати осаду, захиститися від грабіжників і розбійників, про що достеменно відомо з різноманітних письмових джерел. Ці ж джерела містять свідчення про нормативні акти, прийняті правителями держав, які покладали відповідальність за безпечне перебування мандрівників на об'єктах розміщення на їхніх власників.

4. Фрески, різні предмети декоративного оздоблення свідчать про залучення до оформлення інтер'єрів художників, садівників-декораторів та інших фахівців.

5. Розташування об'єктів розміщення поблизу поживлених шляхів, в населених пунктах, у місцях масового скупчення людей свідчить про цілеспрямовану орієнтацію на обслуговування широкого контингенту клієнтів.

Постоялі чи гостинні двори були тим місцем, де зустрічались місцеві мешканці і мандрівники, де обговорювались події і відбувався обмін думками, укладались різноманітні угоди. Очевидно, ця атмосфера невимушеного спілкування, що дозволяла швидко знайти спільну мову незнайомим людям, приваблювала тих, хто подорожував із метою розширення своїх знань про світ і людську природу.

5.2. Сучасні архітектурні концепції готельних будівель

Різнманітні концепції архітектури готельних будівель знаходять своє відображення у просторових і масивних формах, які зустрічаються і використовуються найчастіше. Майже класичним вважається вирішення у вигляді компактного масиву, що органічно вписується у вуличний ансамбль. Прикладів таких будівель зустрічається багато, особливо в XIX і на початку XX століть.

Рідко зустрічаються готелі у вигляді окремого поодинокого масиву. Всі служби в ньому розміщуються у формі, наприклад, прямокутника, трикутника чи кола. Приміщення з різними пло-

щами, формами і габаритами вписані в єдину мережу горизонталей і вертикалей зовнішнього вигляду будівлі.

У міжвоєнні роки ХХ ст. у Німеччині використовувалось вирішення готелів у вигляді складного масиву – будівель із багатьма крилами у формі чотирикутників, підків та ін., що мало велике значення для скорочення комунікацій на поверхах, де розміщувались номери, проте не створювали якоїсь специфічно готельної просторової форми.

Характерною готельною формою можна назвати масиви повоненних американських готелів, де переважно багатопверховий блок готельних номерів відокремлений, а приміщення громадського призначення і підсобні розміщені в нижчому, але ширшому блоці.

Більшість проектувальників намагались знайти таку форму будівлі, щоб вона різко виділялась серед інших і мала архітектурну своєрідність. Із цією метою проектувались висотні готельні будівлі. Таке вирішення має безліч функціональних переваг: горизонтальні комунікації на поверхах відносно короткі; весь рух по вертикалі організований із допомогою ліфтів; розміщення номерів високо над вулицею ізолює їх від шуму, а також від забрудненого повітря. Це не вигідно з економічної точки зору через високу вартість конструкцій і ліфтів, але разом із тим повністю відповідає вимогам урбаністичного характеру як основної ознаки міської забудови, що в окремих випадках може виправдати збільшення витрат на будівництво й експлуатацію.

Готелі, розміщені в мальовничих місцях, найчастіше є малоповерховими. Це дає можливість тим, хто ними користується, перебувати в безпосередньому контакті з довкіллям. Звичайно, вибір такої форми будівлі подовжує горизонтальні комунікації на поверхах і збільшує кількість сходових майданчиків, проте дозволяє легко і швидко вийти з будинку на природу. Крім того, низька будівля менше змінює ландшафт, ніж багатопверхівка, до того ж триповерховий готель ще можна сховати між деревами.

До цієї категорії будівель відносять мотелі, які проектуються виключно у вигляді низьких будов з урахуванням якомога тіснішого зв'язку житлових приміщень зі стоянкою автомашин чи гаражем. Будуються вони здебільшого на забудованій місцевості,

Призначення готелів, їх розташування у структурі міста

тому немає потреби будувати їх високими для дотримання певної художньої рівноваги з навколишніми будівлями.

Як бачимо з наведених прикладів, сьогодні існують *дві тенденції* в готельному будівництві. Особливо відчутно вони проявляються в будівництві міських готелів. Одна з них рекомендує *масив будівель в єдиній композиції*. В цьому випадку рекламні причини і навіть принципи економічного характеру (висока ціна земельної ділянки) є вирішальними при виборі форми готельної будівлі.

Спочатку в США, а потім і в інших державах були створені проекти і збудовані готелі, де блок житлових кімнат мав форму Т чи У, приміщення загального призначення розташовані на першому поверсі позаду цього блока, в павільйонах різної висоти і різних форм, що відповідають функціональним і технічним вимогам. Видатним представником цього напрямку в архітектурі, який орієнтувався на індустрію гостинності, був американець Р. Тейблер. Найкращі художньо-просторові результати отримані при використанні форми Е чи У.

Останні вирішення в будівництві міських готелів зводяться до простого блока з номерами по обидва боки коридору з однаковими житловими умовами. Завдяки сталевим чи залізобетонним конструкціям можна отримати довільну висоту блока і кількість номерів незалежно від величини ділянки. Обмеженням у даному випадку можуть бути тільки принципи благоустрою і планування міста.

Принцип вирішення житлового комплексу має величезне значення для всієї будівлі готелю через домінуючу площу житлових номерів стосовно приміщень, відведених для організації обслуговування. Нагромадження великої кількості вікон часто створює одноманітність і схематичність в архітектурному вираженні. Природа має специфічні умови, в яких міська архітектура була б різким дисонансом у природному пейзажі. Тому планування готелю в таких умовах складне і в більшості випадків зводиться до пошуку форми на зразок павільйону чи вілли.

Вирішення житлових поверхів із двостороннім використанням коридору, безперечно, економічніше. Проте недоліками такої системи при довгих коридорах можуть бути відсутність природного світла, одноманітність коридору, різні умови освітлення сонцем

номерів по обидва боки коридору, а також неоднакові видові умови житлових номерів. Ці недоліки не мають великого значення в міських умовах, і тому двобічна забудова коридору використовується досить часто. Безпосередньо до коридору прилягає смуга санітарно-ванних вузлів і холів. Таке розміщення ізолює житловий номер від шуму з коридору і дозволяє раціонально використовувати найменш освітлену частину номерів. При особливих видових умовах в житлових номерах обладнують лоджії чи балкони.

Вирішення житлових поверхів у формі односторонньої забудови, при якій номери розташовуються з одного боку коридору, менш економічне з точки зору співвідношення площі комунікацій і житлової. Це дає кращі результати для внутрішніх приміщень, коли можна уникнути темних коридорів і створити однакові видові умови для житлових номерів. Вигляд з вікна має важливе значення для готельних об'єктів, призначених для відпочинку.

Висотні системи характеризуються невеликим планом поверху відносно кількості поверхів. Цей вид забудови рідко застосовується через неекономічне і ускладнене обслуговування.

На кожному правильно вирішеному житловому поверсі повинні бути службовий номер, номер для обслуговуючого персоналу, склад для білизни та ін. За невеликої площі на поверхах приміщення послуг розташовують через кілька поверхів, унаслідок чого обслуговування кожного з них ускладнене. Правильніше вирішення при використанні цієї системи досягається в невеликих об'єктах на кшталт готелю-пансіонату.

Зовнішній вигляд готельної будівлі має велике значення з погляду реклами, тому варто подбати про те, щоб він був респектабельним, естетичним і добре збереженим. У багатьох країнах застосовуються керамічні та мозаїчні плитки з використанням кольорових металів і скла. Такі матеріали зберігають свіжість фарби і надають специфічного сучасного вигляду, що характеризується простотою, легкістю і постійно зберігає фасад у його первинному стані. Важливим чинником у формуванні враження про архітектуру є сонячне освітлення.

5.3. Особливості вибору майданчиків для будівництва готельних комплексів

Готельні комплекси – це складні, часто унікальні споруди. Їх розміщення у планувальній структурі міста є складним і відповідальним процесом. **Вибір ділянки** для розташування готельного комплексу визначається цілою низкою **чинників** (див. рис. 1).

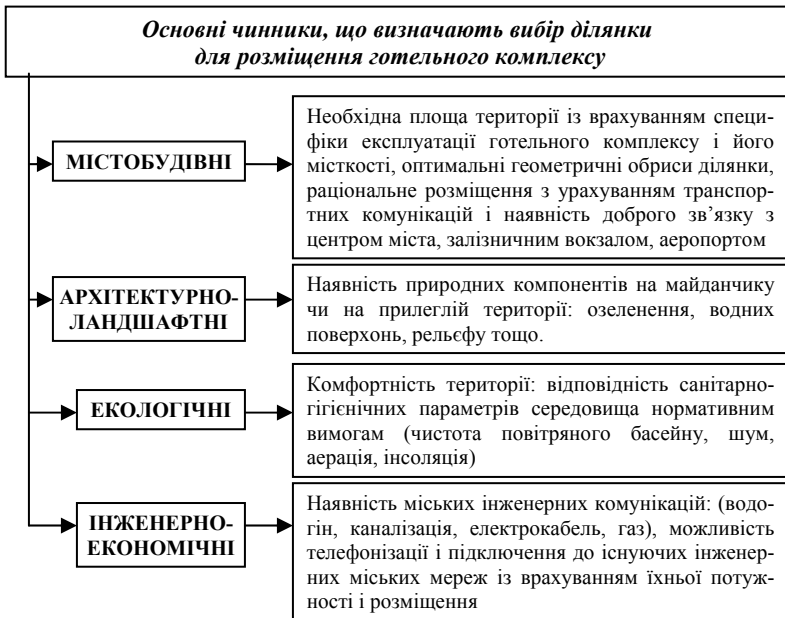


Рис. 1. Чинники вибору майданчика для будівництва готельних комплексів

Майданчик, обраний для будівництва готельного комплексу, повинен насамперед мати **достатню площу території** з врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу та його ємності. Бажано, щоб ділянка була прямокутної форми і не більше, ніж із двох боків, була обмежена магістральними вулицями. Недоцільно розмішувати готельні комплекси на територіях із гострими кутами, оскільки це ускладнює процес проектування і будівництва готельної будівлі.

Майданчик повинен *мати добру транспортну доступність, зручні зв'язки із центром міста і вокзалами*. Передбачається також наявність вільних територій для влаштування під'їздів і стоянок для пасажирських, екскурсійних автобусів, автомашин.

Крім цього, служба постачання численних і різноманітних груп приміщень комплексу (ресторани, торгівля) має свої спеціальні підсобні і складські зони, які передбачають окремий під'їзд вантажного транспорту та організацію незалежного його завантаження і розвантаження, зберігання товарів.

До ділянок для розміщення готельних комплексів потрібно ставити й *архітектурно-ландшафтні вимоги*: наявність озеленення, водних поверхонь, рельєфу. Бажано, щоб поруч із готелем знаходився парк, сад чи сквер.

При проектуванні готелів потрібно правильно використовувати рельєф і ландшафтне оточення для досягнення органічного зв'язку зовнішнього і внутрішнього простору. Особливо *доцільно розміщувати готелі на терасах, пагорбах*. Так, великий американський готель «Хілтон» розташований на пагорбі й органічно вписаний у його планувальну структуру. Аналогічно вирішений готель «Кавальєрі» у Римі, при будівництві якого чудово використаний рельєф пагорба Монте-Марко.

У вітчизняній практиці ця тенденція набуває дедалі більшого поширення, особливо в Криму і Західній Україні. Рельєф і природне оточення є основними компонентами для досягнення естетичної виразності готельного комплексу. Тому потрібно зберігати й посилювати ландшафтні особливості ділянок за рахунок зміцнення природних домінант пагорбів, мисів, терас тощо. В жодному разі їх не можна руйнувати.

Однією з обов'язкових умов, якими повинен характеризуватися майданчик для будівництва готельного комплексу, є його *екологічна комфортність*. Він не повинен розміщуватися в екологічно кризових районах міст. Його санітарно-гігієнічні параметри (чистота повітряного басейну, рівень шуму, аерація, інсоляція) повинні відповідати нормативним вимогам.

При виборі ділянки варто також враховувати наявність міських інженерних комунікацій (водогін, каналізація, електрока-

бель), можливість телефонізації і під'єднання до існуючих інженерних міських мереж із врахуванням їхньої потужності та розміщення, що значно знижує обсягу вартості будівництва готельних комплексів.

5.4. Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста

Часто готелі виконують основну містобудівну функцію у будівництві і забудові великого відрізка магістралі, району, а іноді й цілого міста. Здебільшого це багатоповерхові будівлі, проте в деяких випадках врахування містобудівних вимог потребує обмеження поверховості готелів та істотно впливає на їхню об'ємно-просторову композицію.

У практиці проектування і будівництва сучасних готелів сформувались кілька тенденцій. Основні з них такі:

- *житлова і громадська частини розміщені в одній будівлі*, при цьому приміщення загального призначення – на нижніх поверхах, а житлові – над ними. У зв'язку з великим набором громадських приміщень, особливо в готелях великої місткості і високого рівня комфорту, площа забудови нижніх поверхів, де розміщуються ці приміщення, здебільшого перевищує площу забудови житлового поверху, створюючи своєрідний стилобат, над яким височіє житлова частина готелю. Такий проект широко розповсюджений; він дозволяє обмежити площу забудови, але потребує обов'язкового облаштування технічного поверху між житловою і громадською частинами будівлі;

- *житлова і громадська частини готелю розташовані в різних, проте взаємопов'язаних між собою корпусах*, які мають контрастну поверховість та об'ємно-просторову характеристику. Житлова частина переважно має меншу площу забудови і більшу поверховість порівняно з громадською частиною;

- *житлова і громадська частини готелю розміщені в самостійних, не пов'язаних між собою будівлях*. Іноді цей прийом називають «павільйонним». Він забезпечує вільне рішення кожної групи приміщень і чітке функціональне та конструктивно-планувальне розчленування готелю, але потребує найбільшої

площі забудови порівняно з іншими прийомами, тому використовується рідко, переважно в готельних комплексах, розташованих на малоосвоєних територіях.

Функціональне призначення готелів має великий вплив на їхнє розташування у планувальній структурі міста. Містобудівний аналіз розміщення готелів у планувальній структурі великих і найбільших міст дозволяє виділити кілька характерних **приймів** їхнього розташування. *Модель розміщення готелів* у планувальній структурі міста така:

- 1) в центрі міста;
- 2) на територіях, прилеглих до центру;
- 3) в центрі житлових районів і мікрорайонів;
- 4) на порозі міста;
- 5) за межами міста.

Основною тенденцією повоєнного періоду було розміщення великих готелів у центрі міста. Вони були невід'ємним планувальним елементом центральних площ міста (готель «Москва» у Києві, «Харків» у Харкові та ін.), розташовувалися на центральних магістральних вулицях. Ця тенденція збереглася й до сьогодні. Практика експлуатації готелів показує, що найефективнішим є їхнє розміщення в центрі міст з багатьох причин, оскільки саме центр будь-якого міста, як правило, добре зв'язаний у транспортному відношенні з усіма районами та основними комунікаціями – вокзалами (залізничним, автовокзалом, аеровокзалом). На території історичного центру міста сконцентровані основні архітектурні та історичні пам'ятки, що створює комфортні умови для туристів, оскільки об'єкти їхніх інтересів знаходяться в зоні пішохідної доступності. Розташування готелів у центрі міста – важливий чинник економії часу для багатьох приїжджих людей. Тому будівництво готелів і надалі проводитиметься в центральній частині міста.

Вартість землі в центральних частинах міст постійно зростає і дедалі складніше виділити ділянку для будівництва. Виникає потреба зносити існуючі будівлі, що ще більше сприяє зростанню вартості нового будівництва. Ускладнені під'їзди, відсутні місця для будівництва стоянок, достатньо високий обсяг витрат тощо. У зв'язку з цим спостерігається **тенденція децентралізації мережі**

Призначення готелів, їх розташування у структурі міста

міських готелів. Готельні будівлі найчастіше розташовують у зоні, прилеглої до центру. Тут значно більше придатних для будівництва територій, вартість землі нижча, комфортність середовища вища, шумове забруднення відносно невелике. Таке розміщення найоптимальніше і найпоширеніше. При цьому варіанті дещо погіршується транспортна доступність готелів стосовно центру, але економічні показники ефективності будівництва набагато вищі.

У зв'язку з тим, що сучасні найкращі готелі – це багатофункціональні комплекси, куди включені і власне готельний фонд, і різноманітні зали (виставкові, банкетні, конференц- та ін.), і численні харчові блоки, враховуючи зростаюче суспільне значення готелів, у вітчизняній і зарубіжній практиці останніми роками розвивається тенденція будівництва нових готелів **як композиційних центрів житлових районів і мікрорайонів**. Прикладами можуть слугувати нові готелі США, Німеччини, Італії, Скандинавії, Росії, України та інших країн.

Розміщення готелів на «порозі» міста і за його межами має свою специфіку. Такі готелі, здебільшого, призначені для автотуристів. Вони, як правило, розташовуються на основних автомагістралях міста, в зоні в'їзду до великих міст. Невід'ємною умовою ділянки повинні бути зручні місця для з'їзду із транспортних артерій і добра видимість будівлі на далеких підступах до неї.

Замість розташування готелів породжує певні труднощі, пов'язані з доступністю центру міста і роботою окремих блоків готелю (ресторанів, перукарень, побутових закладів тощо), розрахованих і на обслуговування міського населення.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Розкрийте особливості, що були притаманні найпершим об'єктам розміщення.

2. Охарактеризуйте сучасні архітектурні концепції будівництва готельних комплексів.

3. Дайте характеристику основних чинників, що визначають вибір ділянки для розміщення готельного комплексу.

Назвіть та охарактеризуйте прийоми розміщення готелів у планувальній структурі міста. Наведіть приклади.

6. ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

6.1. *Матеріально-технічна база та основні фонди готельного господарства.*

6.2. *Показники оцінки руху і стану основних фондів готельного підприємства.*

6.1. Матеріально-технічна база та основні фонди готельного господарства

Для здійснення процесу виробництва та надання готельних послуг кожне підприємство повинно володіти певною різноманітністю засобів праці. Сукупність усіх засобів і предметів праці, що використовуються в процесі створення та надання готельних послуг, є **матеріально-технічною базою** готельного господарства.

Основні фонди готельного господарства складають головний зміст його матеріально-технічної бази. Поняття матеріально-технічної бази значно ширше, ніж основні фонди, оскільки готельне господарство користується частиною засобів праці й обладнання інших галузей господарювання. До матеріально-технічної бази належить також господарський інвентар, малоцінні предмети й такі, що швидко спрацьовуються, які застосовуються у виробничо-експлуатаційному процесі як засоби праці, але враховуються у складі обігових фондів. Цей елемент матеріально-технічної бази готельного господарства становить близько 10 відсотків від її основних фондів.

Отже, поняття «матеріально-технічна база» та «основні фонди» хоча й характеризуються загальним економічним змістом, але не є ідентичними.

Основні фонди (ОФ) готелів – та частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю чи частково зберігає свою натуральну форму, переносить свою вартість на послуги частинами у міру спрацювання й відшкодовує її в процесі реалізації послуг. Відповідно до діючого обліку, до основних фондів відносяться засоби праці, термін служби яких сягає понад 1 рік і які коштують понад 100 мінімальних розмірів оплати праці.

Відповідно до типової *класифікації*, основні фонди за ознакою участі у виробничо-експлуатаційному процесі поділяються на дві економічні групи: *виробничі* та *невиробничі основні фонди*.

До **виробничих основних фондів** належать засоби праці, які або використовуються у виробничо-експлуатаційному процесі, або сприяють його здійсненню (будівлі готелів, обладнання). Виробничі основні фонди створюють матеріальні умови для надання готельних послуг. До **невиробничих** відносять фонди, які служать для задоволення побутових і соціально-культурних потреб працівників (житловий фонд, будівлі культурно-побутових установ, навчальних закладів та ін.).

Залежно від функціонального призначення та натурально-речових ознак основні фонди поділяються на **види**:

- будівлі;
- споруди;
- передавальні пристрої;
- машини та обладнання;
- автотранспортні засоби;
- житло;
- інструменти;
- меблі, виробничий і господарський інвентар вартістю одиниці понад 15 мінімальних заробітних плат і з терміном служби понад рік.

Будівлі та споруди займають найбільшу частку в складі основних фондів готельного господарства. **Будівлі** поділяються на основні та допоміжні. *Основними будівлями* вважаються готелі в комплексі та окремо розташовані спальні корпуси, ресторани, спортивні комплекси з басейном, кінотеатри тощо. До *допоміжних будівель* належать котельні, пральні, склади, овочесховища, гаражі та інші окремо розташовані будівлі, що знаходяться на балансі готельного підприємства.

До **споруд** у готельних підприємствах та в їхніх допоміжних господарствах відносять:

- водопідйомні станції,
- артезіанські свердловини прісної та мінеральної води;
- резервуари для мазуту, бензину та інших мастил;

- басейни, включаючи їх фундамент, підігрівальний пристрій та арматуру;
- берегозміцнювальні споруди, підпірні стіни, фонтани, каналізаційні споруди та інші комунальні споруди;
- спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони;
- стежки паркові, пам'ятки, скульптури, огорожі тощо;
- дороги з усіма допоміжними пристроями та знаками.

До **передавальних пристроїв** належать: передавачі електричної та теплової енергії, механічної енергії від двигунів до працюючих машин, трансмісії, трубопроводи тощо; трубопроводи для опалення, водопостачання, каналізації готельних та інших корпусів; радіо- та телефонні мережі; мережі зовнішнього освітлення території.

Машини та обладнання – це силові машини та обладнання до них, генератори, що виробляють теплову й електричну енергію; трансформатори; газові генератори, парові котли, електродвигуни; обладнання комунального господарства, пралень, телефонного зв'язку, пожежне обладнання та ін.

Житло – це будівлі, призначені для тимчасового проживання (щитові будиночки), які використовуються в літній період.

До **транспортних засобів** відносять засоби пересування, призначені для переміщення людей і вантажів.

До основних фондів готелів належать **меблі та інвентар**, а також *побутові прилади та машини високої продуктивності* (пилососи, кондиціонери та ін.); *предмети господарського та культурного призначення* (килими, картини, телевізори, холодильники, піаніно, магнітофони тощо), а також *багаторічні насадження всіх видів, жива природа та ін.*

Залежно від конкретної ролі в процесі надання послуг, основні фонди готелю поділяються на *пасивні й активні*. *Пасивну частину основних фондів складають деякі види споруд, готельні корпуси, передавальні пристрої, засоби комунікації, до активної відносять житлові номери з меблями та іншими предметами господарського та культурного призначення, машини, обладнання, інструмент. Переважна частина основних фондів припадає на бу-*

дівлі та споруди, тобто пасивні, що стримує підвищення культури та якості обслуговування туристів.

За ступенем використання основні фонди поділяються на такі, що: *експлуатуються; знаходяться в запасі (резерві); перебувають на стадії добудови, дообладнання, реконструкції та часткової ліквідації; законсервовані.*

За формами власності основні фонди поділяються на державні та приватні.

Співвідношення вартості окремих груп основних фондів до їхньої загальної вартості, виражене у відсотках, називається *структурою* основних фондів. Розрізняють виробничу, технологічну та іншу структуру основних фондів. *Виробнича структура* визначається співвідношенням активної та пасивної частин основних фондів до їхньої загальної величини. *Технологічна структура* – це співвідношення окремих видів основних фондів до їхньої загальної вартості.

Особливістю основних фондів є те, що вони багаторазово беруть участь у виробничому процесі і внаслідок цього знецінюються та фізично зношуються. Розрізняють два **види зносу** – фізичний і моральний.

Під *фізичним зносом* основних фондів розуміють втрату ними своїх виробничо-технічних якостей у результаті їхнього використання в процесі праці, а також впливу природно-кліматичних умов. На фізичний знос будівель і споруд впливає ціла низка **чинників**, пов'язаних із технічною експлуатацією й обслуговуванням. До них належать: якість будівельно-монтажних робіт і матеріалів, що застосовуються під час ремонту будівель; використання будівлі за призначенням; період перебування будівлі в експлуатації; якість технічного нагляду за будівлею; якість і своєчасність поточного та капітального ремонтів; дотримання норм і правил експлуатації будівлі; якість прибирання приміщень і території навколо будівлі.

Моральний знос основних фондів полягає у невідповідності їх сучасним вимогам. На моральний знос істотно впливає впровадження досягнень науково-технічного прогресу у сферу створення та будівництва готельних комплексів. Моральний знос можна

ліквідувати у процесі капітального ремонту, реконструкції, модернізації та переобладнання готелів.

6.2. Показники оцінки руху і стану основних фондів готельного підприємства

Основні фонди готельного господарства враховуються в натуральній та вартісній формах.

Особливо важливе значення мають *вартісні показники*, оскільки правильна оцінка основних фондів дозволяє вивчити їхню об'єктивну та реальну динаміку, склад і структуру, розмір амортизації відрахувань, собівартість послуг та ефективність їх використання.

Тривала експлуатація основних фондів, поступове їх зношення потребують застосування кількох **видів вартісної оцінки**:

- за повною первісною вартістю;
- за повною відновною вартістю;
- за залишковою вартістю.

Повна первісна вартість основних фондів відображає фактичні витрати на будівництво, придбання, доставку та монтаж, включаючи послуги сторонніх організацій (постачальника, посередника, підрядників та інших), пов'язані із придбанням основних фондів; митні платежі; витрати на страхування при перевезенні; відсотки за кредит; податки та інші витрати. Повна первісна вартість залишається незмінною впродовж усього терміну служби основних засобів, за винятком випадків розширення, модернізації та реконструкції об'єктів за рахунок капіталовкладень, коли витрати додаються до первісної вартості, і переоцінки.

Первісна вартість не завжди дозволяє реально оцінити основні фонди, тому що однорідні основні фонди, придбані та встановлені у різний час, враховуються на балансі підприємств у різних цінах. Це перешкоджає правильному визначенню вартості основних фондів, динаміки їх розвитку, розмірів амортизаційних відрахувань і собівартості готельних послуг.

Звідси випливає необхідність оцінки основних фондів за *повною відновною вартістю*, яка показує вартість у діючих цінах на момент їхньої переоцінки. Повна відновна вартість основних фондів – це витрати на відновлення в сучасних умовах їхньої точної копії з вико-

ристанням аналогічних матеріалів і збереженням всіх експлуатаційних параметрів. Вона визначається при їхній переоцінці як вартість відновлення об'єктів основних фондів у сучасних умовах.

Залишкова вартість основних фондів – це різниця між первісною та відновною вартістю і сумою їхнього зносу.

Вартість зносу основних фондів відображається в *амортизаційних відрахуваннях*. **Амортизація** характеризує процес планомірного нагромадження грошових коштів для відшкодування зношених основних фондів. Амортизаційні відрахування проводяться щомісячно на основі встановлених норм амортизації. Правильно встановлені норми амортизаційних відрахувань дозволяють створити необхідний фонд, поліпшити їх використання та зберігання, сприяти розширеному відтворенню основних фондів. Побудова системи норм амортизації необхідна для планування відтворення основних фондів, складання плану витрат з експлуатації та фінансового плану. Норми амортизаційних відрахувань, диференційовані за окремими видами основних фондів, розділені на дві **частини**: для повного відновлення (на реновацію) та для капітального ремонту основних фондів.

Нарахування амортизації проводиться в готельних підприємствах за групами та видами основних фондів, передбаченими в збірнику єдиних норм відрахувань, на основі середньорічної вартості основних фондів і норм амортизації. Середньорічна вартість основних фондів розраховується з урахуваннями вартості нововведених і вибулих впродовж року основних фондів і термінів їх введення в дію та вибуття.

Середньорічну вартість основних фондів можна визначити за формулою

$$F_{\text{сеп.}} = F_n + \frac{F_b \cdot K_{pm}}{12} - \frac{F_L \cdot (12 - K_m)}{12},$$

де F_n , F_b – відповідно вартість основних фондів на початок планового року та вартість ОФ, що вводяться в плановому році; K_{pm} – кількість повних місяців функціонування ОФ, що вводяться; F_L – вартість ОФ, що вибувають у плановому році; K_m – кількість місяців функціонування ОФ, що вибувають.

Необхідною умовою правильного використання основних фондів готельного господарства є підвищення економічного ефекту від їхньої експлуатації. Поліпшення використання основних фондів сприяє збільшенню кількості послуг, скороченню часу в процесі прийому туристів і надання інформаційних послуг, зниженню їхньої собівартості та зростанню прибутку, а також забезпечує економію капітальних вкладень.

Ефективність використання основних фондів готельного господарства визначається за допомогою системи показників. Враховуючи неоднорідність основних фондів, можна виділити *узагальнюючі показники*, які характеризують ефективність використання всієї сукупності основних фондів, та *часткові*, що відображають ефективність використання окремих груп основних фондів (будівель і споруд, машин та обладнання тощо). До *узагальнюючих показників* ефективності використання основних фондів належать показники фондовіддачі, фондоемкості, рівня рентабельності.

Фондовіддача та фондоемкість є найзагальнішими показниками оцінки ефективності використання основних фондів як у готельному господарстві загалом, так і в окремих його підрозділах. **Фондовіддача** визначається шляхом ділення річного обсягу послуг, які надає готель (у грошовому чи натуральному вигляді), на середньорічну вартість основних фондів, показуючи тим самим обсяг послуг на гривню основних фондів. У *вартісному вигляді* фондовіддача обчислюється за формулою

$$\Phi B = \frac{P}{OF},$$

де P – обсяг реалізованих послуг (виручка від реалізації послуг); OF – середньорічна вартість основних фондів (основної діяльності готелю).

У натуральному вигляді фондовіддача визначається так:

$$\Phi B = \frac{M}{OF},$$

де M – кількість місце-днів.

Зростання фондовіддачі свідчить про інтенсивний розвиток готельного господарства за рахунок впровадження вдосконалено-

го обладнання, нових форм організації праці, раціонального використання основних фондів.

Важливим аналітичним показником є **фондоємкість**, що визначається як величина, обернена до фондівдачі, та характеризує вартість середньорічних основних фондів, що припадають на гривню обсягу реалізованих послуг:

$$ФС = \frac{ОФ}{Р}.$$

Показники фондівдачі та фондоємкості доповнюються **фондоозброєністю**, яка характеризує вартість основних фондів у розрахунку на одного працівника:

$$ФО = \frac{ОФ}{N}, \text{ де } N - \text{кількість працівників за списком, осіб.}$$

Важливою умовою підвищення ефективності використання основних фондів є перевищення темпів зростання обсягу послуг, що надаються на одного працівника, над темпами зростання фондоозброєності.

Коефіцієнт ефективності використання основних фондів ($КЕ_{ОФ}$) характеризує величину прибутків на гривню основних фондів і розраховується за формулою

$$КЕ_{ОФ} = \frac{\Pi}{ОФ}.$$

Цей показник, виражений у відсотках, називається **рентабельністю основних фондів**. Рівень рентабельності основних фондів характеризує суму прибутку, що припадає на одиницю вартості основних фондів і визначається відношенням балансового прибутку за рік до середньорічної вартості основних фондів:

$$R_{ОФ} = \frac{\Pi}{ОФ} \times 100\%.$$

Фондівдача основних фондів є основним показником. Зростання фондоємкості і фондоозброєності не завжди відображає позитивні зрушення у використанні основних фондів, оскільки вони можуть бути наслідком нагромадження невстановленого обладнання і розширення пасивної частини основних фондів.

Показники фондівдачі та рентабельності основних фондів характеризують з різних сторін ефективність використання основних фондів. Для її загальної оцінки доцільно визначити інтегральний показник використання основних фондів (I_{OF}):

$$I_{OF} = \sqrt{\Phi B \cdot \Pi},$$

де ΦB – фондівдача основних фондів, грн.; Π – прибуток на одну гривню основних фондів.

Усі вищеперераховані показники залежать від розміру та розряду готелів, категорії номерів, коефіцієнта пропускної здатності. Тому порівняльний аналіз варто проводити за однотипними готелями, що дозволить виявити реальні резерви підвищення ефективності використання основних фондів.

Стан основних фондів готелів характеризується коефіцієнтами зносу, придатності, вибуття, оновлення.

Для визначення коефіцієнта зносу спочатку визначають **загальну суму амортизаційних відрахувань** за весь період експлуатації основних фондів за формулою

$$C_a = \frac{P \cdot N \cdot B}{100 \cdot a \cdot t}$$

де C_a – нарахована сума амортизації, грн.; P_e – первісна вартість основних фондів, грн.; N_a – річна норма амортизаційних відрахувань, %; B_t – термін експлуатації основних фондів, роки.

Визначивши суму амортизаційних відрахувань, можна обчислити **коефіцієнт зносу**:

$$K_z = \frac{3}{OF},$$

де 3 – сума зносу на початок і кінець періоду відповідно, OF – вартість основних фондів на початок і кінець періоду відповідно. Коефіцієнт зносу показує ступінь зношеності ОФ підприємства.

Коефіцієнт придатності основних фондів (K_n) визначається шляхом ділення первісної вартості, за винятком зносу на первісну вартість або шляхом віднімання від одиниці коефіцієнта зносу:

$$K_n = 1 - K_z.$$

Коефіцієнт придатності основних фондів показує частку їх-

ньої залишкової вартості у первісній.

Коефіцієнт вибуття визначається відношенням суми вибулих основних фондів ($O\Phi_{в}$) до суми ОФ на початок року ($O\Phi_n$):

$$K_{виб.} = \frac{O\Phi_{в}}{O\Phi_n}.$$

Коефіцієнт вибуття показує, яка частка основних фондів, наявних на початок звітної періоду, вибула за означений час через зношеність чи непридатність.

Коефіцієнт оновлення показує питому вагу нових основних фондів, що надійшли впродовж року до їхньої загальної кількості. Визначається діленням суми нових основних фондів, введених в експлуатацію за рік, на суму фондів на кінець року:

$$K_o = \frac{O\Phi_n}{O\Phi_k}.$$

Цей коефіцієнт характеризує темпи зростання основних фондів.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Дайте визначення понять «матеріально-технічної бази» та «основних фондів». Розкрийте їхній основний зміст.
2. На які групи поділяються основні фонди за ознакою участі у виробничо-експлуатаційному процесі? Назвіть складові частини цих груп.
3. Охарактеризуйте види основних фондів, що виділяються залежно від функціонального призначення та натурально-речових ознак.
4. Розкрийте сутність фізичного і морального зносу основних фондів.
5. Назвіть та охарактеризуйте види вартісної оцінки основних фондів, що застосовуються у готельному господарстві.
6. В яких показниках відображається вартість зносу основних фондів? Розкрийте принципи нарахування амортизації в готельних комплексах.
7. Назвіть показники, з допомогою яких визначається ефективність використання основних фондів.
8. Охарактеризуйте узагальнюючі показники ефективності використання основних фондів.
9. Дайте характеристику коефіцієнтів, що характеризують стан основних фондів готелів.

РОЗДІЛ 3 ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

7. ФОРМУВАННЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ГОТЕЛЮ

- 7.1. *Організація прилеглої території навколо готельних будівель.*
- 7.2. *Функціональна організація приміщень готельних комплексів.*
 - 7.2.1. Організація приміщень вестибульної групи.
 - 7.2.2. Особливості організації житлових приміщень.
 - 7.2.3. Блок приміщень харчування.
 - 7.2.4. Організація адміністративних приміщень.
 - 7.2.5. Приміщення господарського і складського призначення.
 - 7.2.6. Функціональна організація приміщень ділового і рекреаційного призначення.
- 7.3. *Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю.*
 - 7.3.1. Складові частини комфорту внутрішнього простору готельної будівлі.
 - 7.3.2. Меблювання готельних приміщень.
 - 7.3.3. Естетична організація середовища готелю.

7.1. Організація прилеглої території навколо готельних будівель

Однією з найістотніших проблем сучасної готельної споруди є розміщення її на ділянці так, щоб перед готельним комплексом вивільнити достатнє за площею місце для влаштування підземних паркінгів і стоянок для автотранспорту. Сучасний турист дедалі рідше приїжджає потягом і чимраз частіше – автобусом чи власним автотранспортом. Це спричиняє необхідність такого розташування входу, щоб між основною, прилеглою до магістралі, смугою руху і входом до готельного комплексу було місце для під'їзду 1-2 автобусів і декількох легкових автомашин. Значного клопоту завдають автобуси, які тривалий час розвантажуються, загороджують під'їзд і потребують зручного, захищеного від дощу доступу до будівлі.

Стоянки для автотранспорту. Після прибуття і вивантаження багажу власник чи водій автомашини ставить її на тимчасову

Формування предметно-просторового середовища готелю

стоянку до моменту виконання формальностей, розміщення в житловому номері і визначення програми свого подальшого перебування. Тому неподалік від входу, на ділянці між під'їздом і основною смугою руху прилеглої вуличної магістралі, повинна розташовуватися тимчасова стоянка для автомашин. Вона може не охоронятися, але її має бути видно від готельного входу. Розміри стоянки залежать від місткості готельного комплексу. Стоянка повинна розміщуватися поблизу входу в ресторан і мати зручний виїзд на вуличну магістраль.

Вхід у готельний комплекс. Дуже важливою і складною проблемою є архітектурне оздоблення головного входу. Його характер залежить від виду готельного комплексу і від гостей, для яких він передбачений. Архітектурне планування входу може бути монументальним і претензійним чи скромним і простим. Загальним правилом є стриманість, без зайвої реклами або привернення уваги пішоходів. Вхідна стіна найчастіше буває суцільно заскленою і висунутою відносно фасаду готельної споруди з метою створення ефекту запрошення для потенційних клієнтів. Вхід зазвичай робиться не дуже високим; перед входом необхідна також ніша, яка доповнюється у великих готельних комплексах козирком, що захищає від негоди тих, хто висаджується з автомашин чи автобусів.

Часто поруч із входом для гостей обладнується інший вхід для прийому багажу, при якому безпосередньо розташовується вантажний ліфт. Теоретично таке вирішення доречне, проте на практиці воно застосовується рідко з огляду на те, що в небагатьох випадках наперед відомо, до якого номера призначений багаж.

Під'їзні шляхи до допоміжних служб готельного комплексу. У традиційному плані господарський вхід знаходився у дворі готельної будівлі та сполучався з вулицею проїздом. Сьогодні ж готельні комплекси споруджуються переважно як окремі споруди, тому під'їзні шляхи до господарського входу є серйозною архітектурною проблемою, оскільки всі сторони будівлі однаково видимі. Перед входом потрібна також велика площа як місце стоянки вантажних машин, що чекають вивантаження.

При використанні вантажних машин для господарських потреб розміри під'їзду перед службовим входом приблизно повинні

становити 15×15 м. Внутрішній двір у низькій господарській частині готельного комплексу або критий під'їзд дозволяють приглушити небажані шуми.

Гаражі при готельних комплексах є дуже шумними приміщеннями, але у зв'язку з інтенсивним розвитком автотуризму та через те, що стоянки автомашин на вулиці небажані, вони необхідні в кожному великому готельному комплексі. Найчастіше гаражні приміщення розміщуються під землею; рідше – під самою будівлею, оскільки густа сітка колон конструкцій ускладнює належне використання простору. Іноді гаражі розташовуються під незабудованою територією.

Нааявність вентиляції в гаражі обов'язкова, а виходи забрудненого повітря повинні виноситися за територію, що часто призводить до створення оригінальних архітектурних елементів у оточенні споруди. Можна передбачити викид забрудненого повітря через трубу, яка проходить через будівлю готельного комплексу, хоча це викличе втрату певної частини корисної площі.

Зелені насадження і спортивні споруди при готельних комплексах. Дедалі частіше в проектах готельних споруд передбачаються ділянки зелених насаджень, які мають велике декоративне значення, а також позитивно впливають на самопочуття клієнтів. Вони оточують спортивні майданчики, стоянки автомашин, веранди, на яких обладнані ресторани чи кафе. Раціонально запроектувати зелені насадження досить важко, оскільки значна частина ділянки готельного комплексу має тверде покриття і створення одного великого масиву зелени майже неможливе. Насадження дерев частіше передбачаються у вигляді ширм, які відокремлюють чи затінюють ділянки різного призначення. Високі зелені насадження впродовж кількох місяців не виконують цієї ролі через відсутність листя. Хвойні дерева можуть тільки частково проектуватися на ділянках такого типу.

Багато готельних комплексів прагнуть урізноманітнити перебування гостей, створюючи їм можливості для занять спортом. Безперечно, тут беруться до уваги ті види спорту, якими можна займатися індивідуально. Тому обладнуються здебільшого тенісні корти, водні басейни, оточені зеленню. Проте вони характерні для

Формування предметно-просторового середовища готелю

представницьких готельних комплексів, оскільки витрати на влаштування та експлуатацію таких споруд досить високі по відношенню до кількості гостей, що користуються ними.

7.2. Функціональна організація приміщень готельних комплексів

Сучасні підприємства готельного господарства – це складний комплексний об'єкт, до якого входить велика кількість приміщень різного функціонального призначення: для прийому, розміщення й обслуговування, надання житла, організації харчування, надання побутових послуг мешканцям, для культурно-масового відпочинку, а також службові, господарські, підсобні, технічні тощо. Склад і кількість приміщень будь-якого підприємства готельного господарства залежить від його типу і місткості.

Групування приміщень підприємств готельного господарства розглядається в залежності від їхнього функціонального призначення:

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

Усі вищезазначені блоки повинні бути взаємопов'язані між собою із врахуванням специфіки функціонального процесу. Залежно від типу готелю, до його структури можуть долучатися додаткові блоки (культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення).

7.2.1. Організація приміщень вестибульної групи

Основною об'єднувальною ланкою всіх груп приміщень готелю є **блок приймально-допоміжних приміщень із вестибулем**. Він створює перше враження про готель. У цих приміщеннях здійснюються: прийом, оформлення і розміщення приїжджих, розрахунки з ними, надання інформації щодо діяльності готель-

них служб, різноманітних заходів, подій, визначних місць, екскурсій, зберігання і транспортування багажу тощо.

Функціональна організація приміщень вестибulyної групи повинна забезпечити раціональне взаємне розміщення вертикальних комунікацій і входів, з тим, щоб рух основного потоку клієнтів був найкоротшим.

Для кращої організації простору у вестибулі витримується чітке зонування, яке зводить до мінімуму перетин потоків тих, хто проживає, від'їжджає і приїжджає, персоналу, епізодичних гостей і шляхів доставки багажу в номери та до автобусів. Для цього використовують декоративні решітки або екрани, зміну рівня підлоги або стелі приміщення, розстановку меблів різного функціонального призначення, елементи декоративного оздоблення, різноманітний характер освітлення і типи світильників, колір, оздоблювальні матеріали з різною фактурою поверхні.

У вестибулях передбачені такі **основні зони**:

- *зона інтенсивного пішого руху* охоплює маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
- *зона екстенсивного пішого руху* включає піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому. Нормативна площа вестибуля з гардеробом приймається 0,74 м² на 1 місце. До *групи приміщень прийому* належать: черговий адміністратор, що веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень; каса, де клієнти оплачують всі надані послуги, автоматично зареєстровані на індивідуальних картках; порт'є, що веде облік ключів (а за ними – присутність клієнтів), видає кореспонденцію і виконує особисті доручення;
- *допоміжна зона* охоплює відділення зв'язку, банківське відділення, транспортне агентство, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову тощо;
- *рекреаційна зона* забезпечує короткотривалий відпочинок гостей, що приїжджають і від'їжджають.

Розміщення функціональних зон може бути різним: *фронтальним, поздовжнім і концентричним*. Склад зон та їхня організація залежать від типу готелю. У чотири- та п'ятизіркових готелях

Формування предметно-просторового середовища готелю

передбачаються магазини і торгові кіоски. При вестибулях повинні бути спеціальні приміщення для сортування багажу, звідки він спеціальним ліфтом доставляється на відповідні житлові поверхи та в номери. Із приміщень сортування багажу повинен бути безпосередній доступ до автобусів і автомобілів, що приїжджають і від'їжджають.

Розміщення допоміжних приміщень готелю навколо його основної ланки – вестибуля – повинно передбачати можливість швидкого орієнтування прибулих, зорового контролю за відвідувачами і виключати можливі (в туристичних готелях) скупчення груп туристів.

Основними елементами вестибуля є головний вхід у готельний комплекс, вертикальні комунікації, що пов'язують вестибуль із вищими поверхами (житловими), і стійка оформлення. Від правильного розміщення всіх елементів та дотримання технологічної їх послідовності (вхід – стійка оформлення – вертикальні комунікації) значною мірою залежить чіткість руху у вестибулі та зручність користування ним. Особливо це має значення у готелях, які працюють за системою «служби портьє», коли ключі від усіх номерів знаходяться у портьє.

Для функціональної організації готелю істотне значення має кількість *входів* у будівлю. Готелі великої місткості і високого рівня комфорту мають не менше 3-4 входів. Готелі малої місткості обмежуються двома входами в будівлю (головним і до службово-побутових приміщень), а також навантажувально-розвантажувальним майданчиком у господарському дворі.

Велике значення має вибір місця установки *ліфтів*. Ліфти, як правило, компонуються групами по кілька в кожній. Місця влаштування цих груп повинні забезпечувати найкоротші шляхи до номерів; у вестибулі ліфти потрібно розташовувати так, щоб їх можна було легко знайти.

Стойка оформлення – це робоче місце працівників готельного комплексу, зайнятих прийомом і оформленням клієнтів. Тут розміщуються черговий адміністратор, розрахункова частина, паспортист, портьє, черговий довідкового бюро, тобто ті співробітники, які виконують функції з прийому, оформлення й обслуговування

гостей. Зазвичай стійка є відкритим бар'єром, що відокремлює працівників готелю від відвідувачів і дозволяє вільно спілкуватися з ними. Існують різні варіанти планування стійки, проте у всіх випадках вона повинна забезпечувати зручне місце для роботи і зберігання необхідних документів. Не існує чіткої взаємозалежності між довжиною стійки оформлення, місткістю і категорією готелю. Проте деякі іноземні фахівці вважають, що її довжина приймається з розрахунку 2,5 см на кожне місце в готельному комплексі. Для кращого орієнтування у просторі вестибулю стійку оформлення акцентують різними декоративними засобами.

Камера схову служить для зберігання ручної поклажі та обладнується стелажми. Її розміщують поруч із вестибулем, нерідко разом із гардеробом, що дозволяє одному працівникові поєднувати функції гардеробника і чергового в камері схову. Українськими нормами встановлений розмір камери схову від 5 до 50 м² залежно від місткості готельного комплексу.

У сучасних готельних закладах у камерах схову влаштовують *сейфи*, де мешканці готелів можуть зберігати гроші та коштовності. За користування сейфами стягується платня, оскільки це додаткова послуга для готельної клієнтури.

У готельних комплексах, призначених для обслуговування туристів, при вестибулі передбачається *спеціальне приміщення для швейцарів, носіїв багажу*, а також для *сортування і тимчасового зберігання багажу* клієнтів. Ці приміщення зазвичай зручно пов'язані з вантажним ліфтом, який доставляє багаж на житлові поверхи і розміщується біля входу до будівлі.

Санітарний вузол при вестибулі призначений для клієнтів, що тимчасово знаходяться в районі вестибулю. Найчастіше він розміщується так, щоб відвідувачі ресторану могли ним скористатися, здебільшого його розташовують у підвальному приміщенні під головним вестибулем готельного комплексу.

У готельному вестибулі повинен бути і *гардероб* для обслуговування гостей. Інтенсивність його роботи зростає в години роботи ресторану. Цей гардероб обслуговує також осіб, що приходять до клієнтів готельного закладу.

7.2.2. Особливості організації житлових приміщень

Блок приміщень житлової групи – основний у готелях будь-якого типу. Ці приміщення становлять понад 50 % об'єму будівлі і є житловими кімнатами – номерами, а також безпосередньо пов'язаними з ними допоміжними і службовими приміщеннями.

Коридори, як і вестибуль, складають перше враження про готель. Вони належать до житлової групи приміщень і є важливим комунікаційним вузлом, який з'єднує ліфти, сходи з номерним фондом готелю та іншими приміщеннями.

Основною вимогою до коридорів є відсутність будь-яких меблів і достатнє денне і штучне освітлення, що сприяє швидкій орієнтації мешканців. Коридори по всій довжині повинні розташовуватися на одному рівні; у разі перепаду рівнів потрібно передбачати засоби для орієнтування: освітлення, замієн сходів поступовим підйомом підлоги, озеленення низу стіни у місці перепаду тощо.

За великої довжини коридору передбачаються світлові розриви через кожні 20 м. Ширина коридору розраховується так, щоби в ньому могли легко розминутися дві людини із валізами в руках. Звідси вимога до ширини одностороннього коридору – не менше 1,3-1,4 м, а двостороннього – 1,6-2,0 м (якщо двері відчиняються всередину номера). Якщо ж двері відчиняються в коридор, то відповідно й ширина його збільшується.

Структура житлових номерів визначається характером споруди готельного комплексу. Наприклад, готелі, призначені для відпочинку, повинні мати більше двомісних, а міські готельні комплекси – одномісних номерів.

Номери розташовуються на житлових поверхах, де є також приміщення для чергового персоналу, що обслуговує їх, загальні горизонтальні комунікації, вітальні, ліфтові чи сходово-ліфтові холи. Основні вертикальні комунікації (сходи і ліфти) часто об'єднують в єдиний сходово-ліфтовий вузол, розміщення якого залежить здебільшого від форми плану житлових поверхів. Розподіл площі житлової частини між номерами та іншими приміщеннями значно відрізняється: частка номерів складає 54-70 %, на коридори припадає від 13 до 22 %.

Як показує аналіз практики проектування і будівництва готелів, житлову частину проектують із прямокутною, компактною, атріумною і ускладненою формою плану. Готелі із прямокутною та ускладненою формою плану поширені більше, ніж із компактною та атріумною. На вибір форми плану впливають: містобудівні особливості майданчика будівництва, його розмір і форма, санітарно-гігієнічні і протипожежні вимоги, техніко-економічні міркування, а також творчий задум архітектора.

Прямокутна форма плану застосовується в будівлях готелів різної поверховості і протяжності. На основі прямокутних планів здебільшого створюють лаконічні об'єми будівель у формі паралелепіпеда.

Компактна форма плану (наближена до кола, еліпса, квадрата, трикутника) більше притаманна багатоповерховим готелям баштового типу. Вузол вертикальних комунікацій за такого планування часто розміщений у центральній частині будівлі. Загальні поверхові коридори не розтягнуті; відстань від вертикальних комунікацій до входів у номери відносно невелика. Готелі із компактною формою плану доцільні на невеликих ділянках, що звільняються при реконструкції міст; у районах, багатих на зелені насадження, при максимальному збереженні цих насаджень; у складних ґрунтових умовах (на гірських схилах, скельних ґрунтах тощо).

Ускладнена форма плану житлової частини має багато варіантів: «трилисники», «хрестовини»; різноманітні криволінійні форми. Зміна напрямку загальних горизонтальних комунікацій дозволяє уникнути думки про монотонність коридору, що виникає у витягнутих будівлях із прямокутною формою плану. Але при складних звивистих формах плану не всі номери знаходяться в однакових умовах. Наприклад, у номерах, розміщених у внутрішніх кутах будівлі, погіршуються умови освітлення та інсоляції (можливе затінення номерів, особливо розміщених на нижніх поверхах), у ряді випадків не виключається «проглядання» номера з вікон інших приміщень.

Атріумна форма плану (із внутрішнім двором, забудованим по периметру) дозволяє розмістити на поверсі велику кількість номерів. Найчастіше у внутрішній замкнутий двір дивляться загальні галереї чи підсобні та допоміжні приміщення. Іноді у внут-

Формування предметно-просторового середовища готелю

рішній двір обернені номери. При орієнтації номерів у внутрішній двір готелю вони позбавляються видових якостей, погіршується інсоляція номерів від вікон, розташованих навпроти приміщень.

Основним елементом блоку приміщень житлової групи є *готельний номер* – багатофункціональне приміщення, призначене для відпочинку і сну, роботи, прийому гостей. Залежно від призначення готелю та потреб гостей, обладнання номера може бути різним.

Готельні номери класифікують (див. додаток Д):

- **за кількістю місць:**
 - *одномісні* (SGL – single);
 - *двомісні* (з двома ліжками (TWIN) або одним двоспальним ліжком);
 - *тримісні* (TRP – triple) тощо;
- **за кількістю кімнат** (однокімнатні, двокімнатні, трикімнатні та ін.). Найпоширенішими у світовій практиці є однокімнатні номери на одну і двох осіб. У переважній більшості готелів частка однокімнатних номерів для одного клієнта сягає 50 і більше відсотків номерного фонду;
- **за призначенням** розрізняють:
 - *номери бізнес-класу* призначені для розміщення осіб, які перебувають у ділових поїздках чи відрядженнях. Окрім стандартної обстановки номера, тут створюються умови для роботи (робочий стіл, телефон, факс, комп'ютер та інша техніка);
 - *номери економічного класу* призначені для широкого кола споживачів. Вони відрізняються скромнішим і дешевшим меблюванням номерів, що позначається на ціні розміщення;
 - *номери-апартаменти* – це дво-, три-, чотирикімнатні номери, призначені для довготривалого проживання сімей. Обов'язковим елементом таких номерів є кухня з повним набором побутової техніки (кавоваркою, мікрохвильовою піччю, міксером тощо), що створює практично домашні умови перебування. Апартаменти становлять не більше 10 % номерного фонду. Розрізняють також таку категорію номерів, як *люкс-апартаменти* – три-, чотирикімнатні номери з житловою площею не менше 45 м², у складі яких кухня відсутня. Ця категорія номерів найдорожча. У світовій практиці такі номери відомі як *сьют-номери (suite)* з не-

стандартним широким двоспальним ліжком (200×200 см) і додатковим гостьовим туалетом (допускається відсутність перегородки між вітальною/їдальною і кабінетом при візуальному розмежуванні приміщення);

- «*студія*» – однокімнатний номер із площею не менше 25 м², розрахований на проживання однієї-двох осіб, із плануванням, яке дозволяє використовувати частину приміщення як вітальню/їдальню/кабінет та ін.;

• **залежно від рівня комфортності і ступеня обладнаності** номери поділяються на такі типи:

- «*президентський апартамент*» – це висококомфортабельне приміщення, до складу якого входять такі ж приміщення, як і до номера «апартамент», але їх доповнено приміщеннями для прийому невеликої кількості гостей, проведення зустрічей, нарад, засідань, організації різних банкетів тощо. Такий номер передбачений для прийому офіційної державної особи, а також туристів із класом обслуговування VIP;

- *номер «апартамент»* складається з кількох житлових кімнат: однієї чи двох віталень з міні-барами і міні-сейфами, кількох спальних кімнат з автономними повними санвузлами (до складу яких входить біде), одного чи двох робочих кабінетів, невеликої кухні з їдальною, холу або передпокою, що має один чи два санвузли. Номер «апартамент» може бути розміщений на двох рівнях: на першому – вітальня, передпокій, санвузол, кухня-ніша; на другому – спальня з гардеробною, кабінет, санвузол;

- *номер «люкс»* має кілька кімнат (спальню, кабінет, вітальню), передпокій, і повний санвузол;

- *двокімнатний номер* має дві кімнати – спальню і вітальню з робочою зоною і зоною відпочинку (спальня і вітальня можуть відокремлюватися одна від одної розсувними або складними перегородками чи скляними дверима), передпокій і повний санвузол з ванною чи душем, умивальником і туалетом;

- *номер «комплекс»* має два або кілька суміжних звичайних номерів або номер «люкс». Кімнати між собою об'єднані спільним передпокоєм і мають один або два санвузли. Номер «комплекс» можна використовувати як одно- або двокімнатні номери або як

Формування предметно-просторового середовища готелю

багатокімнатні апартаменти з відповідним переобладнанням. Їх можна використовувати для проведення зборів, нарад. Трансформація номерів у комплекси потребує значних зусиль персоналу;

- номер «дубль» (*studio*) – типовий двомісний номер, в якому одне ліжко замінюється диваном-ліжком, диваном-тахтою, кріслом-ліжком, що дозволяє використовувати цей номер як двомісний або як комфортабельний одномісний. Тут встановлюють комбінований стіл, складену підставку для валізи, журнальний столик, крісло. Такі номери забезпечують гнучку систему поселення і є економічно вигідними для мотелів, кемпінгів тощо. Трансформація одномісного номера «дубль» у двомісний не потребує додаткових затрат, робочої сили і є зручним у користуванні;

- *однокімнатний номер* складається з однієї житлової кімнати, передпокою та санітарного вузла. Вони є найпоширенішими.

Для всіх типів номерів порядок розміщення меблів залежить від розмірів і конфігурації номера, його житлової площі, розміщення віконних і дверних отворів.

Незалежно від категорії кожний готельний номер повинен мати такий набір *меблів і обладнання*: ліжко; стілець чи крісло на 1 особу; нічний столик чи тумбочку (в розрахунку на 1 ліжко); шафу для одягу; загальне освітлення; кошик для сміття.

У кожному номері повинна бути інформація про готель і план евакуації під час пожежі.

Простір кімнати (чи кімнат) номера ділиться на *функціональні зони*. До 70 % від загальної площі однокімнатного номера на 1 особу може припадати на житлову зону, до 14 % – на передпокій, до 20 % – на санітарний вузол. Житлова площа при цьому може коливатися в межах від 7 до 14 м².

Сучасні стандарти деяких країн передбачають дотримання мінімальної площі підлоги в одномісному номері не менше 14 м², а в двомісному – не менше 18 м². Зокрема, німецькими стандартами передбачена площа комфортного однокімнатного номера на одного мешканця від 16 до 18 м², а на двох – від 20 до 21 м²; українськими ж стандартами в аналогічних номерах передбачені площі, що коливаються в межах від 8 до 14 м² у першому випадку і від 10 до 16 м² – у другому (див. додаток А).

Меблі в номерах розміщуються залежно від габаритів номера, особливостей опалення, технологічних параметрів приміщення. Вони повинні забезпечувати комфорт і безпеку, відповідати санітарним та економічним вимогам, смакам клієнтів.

Співвідношення номерів різної місткості жорстко зафіксоване і може змінюватися тільки при реконструкції готелів (якщо дозволяє конструкція). Разом із тим структура номерного фонду повинна відповідати потребам клієнтів і коректується залежно від сезону. У деяких готелях передбачені оперативні зміни складу номерного фонду за рахунок об'єднання чи роз'єднання номерів із використанням дверей і (чи) пересувних перегородок.

Для чергового персоналу, що обслуговує номерний фонд, на житлових поверхах передбачають кімнату чергового персоналу, кімнату прасування і чищення одягу, окремі комори для зберігання обмеженого запасу чистої і брудної білизни, кімнату для сервірування, санітарний вузол.

Службове приміщення для покоївок повинно розташовуватись якнайближче до об'єктів обслуговування. Досить часто приміщення чергового персоналу групують і розміщують поблизу службових ліфтів і сходів, які пов'язують їх із загальними господарськими і складськими приміщеннями готельного комплексу, розташованими у підвальному, цокольному чи першому поверсі споруди. При розміщенні їх поряд із вантажопасажирським ліфтом кабінку останнього бажано відкривати у бік приміщень для персоналу, для чого її в більшості випадків роблять прохідною. Це значно полегшує доставку чистої білизни та різних вантажів, усуває небажаний перетин потоків клієнтів готелю та обслуговуючого персонал. При цих приміщеннях передбачають сміттепровід, пиловловлювач (для очищення пирососів) або централізовану систему пиловидалення, білизнопровід або спеціальний ліфт для спуску брудної білизни у центральну білизняну.

Приміщення для чергового персоналу знаходяться на кожному поверсі, але при невеликій місткості готелю (менше 30 місць) розташовувати їх на кожному поверсі не економічно. У кімнаті для чергового персоналу розміщують письмовий стіл, стілець,

Формування предметно-просторового середовища готелю

столові підноси, шафу, телефон, іноді диван, холодильник та умивальник. У готельних комплексах високого класу встановлюють табло викликів до номерів.

Кімната чищення і прасування одягу призначена для самообслуговування клієнтів готелю. В ряді випадків нею користується персонал. Це приміщення обладнують столом (або столами) для прасування одягу, раковиною, стійкою для вішалок. У готельних комплексах вищої категорії такі кімнати не передбачені, оскільки ці операції здійснюються тільки обслуговуючим персоналом. Окрім кімнати для чищення і прасування одягу, передбачають спеціальне приміщення для чищення взуття.

7.2.3. Блок приміщень харчування

Блок групи приміщень громадського харчування. До складу сучасних готельних комплексів, особливо великої місткості і високого рівня комфорту, включають широкий набір різних типів закладів ресторанного господарства: ресторани, банкетні зали, різноманітні кафе – з прискореним обслуговуванням («експрес-кафе»), з показом естради («кафе-шоу»), бари (молочні, винні, пивні, нічні), коктейль-холи, буфети, їдальні тощо.

Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується із врахуванням категорійності готелів. В однозіркових готелях харчування гостей не передбачається. У дво-тризіркових повинні бути ресторани чи кафе, в 4 і 5-зіркових – ресторани, банкетні зали, бари, а в 5-зіркових – і нічні клуби, розраховані на показ видовищних програм і будуються переважно за типом вар'єте з можливістю розміщення посадочних місць у вигляді амфітеатру, із танцювальним майданчиком, артистичними, приміщеннями для реквізиту, світлотехніки тощо.

Тенденція розглядати ресторанну групу приміщень у курортних і туристичних готелях як одне із місць можливого проведення дозвілля зумовила появу у складі цієї групи таких нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, гриль-ресторани, вар'єте, винні і пивні погребки, танц-бари, бари-дискотеки тощо. Такі заклади харчування отримали назву «розважального» і «ці-

кавого» харчування. Їхній розвиток у туристичних і курортних готелях сьогодні є досить перспективним.

Зклади ресторанного господарства в готельних комплексах складаються з групи торгових приміщень (зали для відвідувачів, роздавальні, магазини кулінарії), виробничих приміщень (заготівельний, гарячий і холодні цехи, посудомийні, сервізна тощо), адміністративних приміщень, побутових приміщень персоналу, складів. Весь обслуговуючий групу харчування персонал повинен мати окремий вхід у готель із своїм вестибулем, роздягальнями, душовими, санвузлами.

Детальний склад цих приміщень та їхні площі приймаються за нормами для підприємства ресторанного господарства. За діючими нормативами, в готельних комплексах усіх типів і категорій число місць у ресторанах має складати 45-68 %, в кафе – 13-28%, в буфетах – 7-9 %, в барах – 13-24 % від загальної кількості посадочних місць закладів ресторанного господарства, призначених для клієнтури готельного комплексу.

Зазвичай ресторани та кафе розраховують на обслуговування не тільки клієнтів готелів, але й на сторонніх відвідувачів. Тому вони в більшості випадків мають окремий від готельного комплексу вхід, вестибуль, гардероб. Готель з'єднується з рестораном і кафе через вестибуль готельного комплексу і через вітальні холи, розташовані на тому ж поверсі, що й основні торгові зали закладів ресторанного господарства.

Готельні комплекси невеликої місткості мають із рестораном спільний вхід, вестибуль, гардероб і санітарні вузли. Це дозволяє скоротити площі цих приміщень і частково – обслуговуючий персонал, проте не ізолює їх від сторонніх відвідувачів ресторану.

Торгові зали найчастіше розташовують у межах перших двох-трьох поверхів споруди. Іноді основні заклади ресторанного господарства виділяють у самостійну будівлю, що прилягає до житлового корпусу готельного комплексу, або в окремому приміщенні влаштовують виробничі та обслуговуючі приміщення. При розміщенні основних торгових залів на нижніх поверхах полегшується і спрощується їх зв'язок із вестибулем, легше забезпечується ізоляція житлової частини.

Формування предметно-просторового середовища готелю

У деяких готельних комплексах торгові зали ресторанів підвищеної комфортності нерідко розташовують на верхніх поверхах будівель. Видова панорама, яка відкривається з вікон цих ресторанів, є додатковим засобом залучення відвідувачів. Проте це розміщення ускладнює конструктивно-планувальне рішення споруди, а також санітарно-технічне устаткування готельного комплексу у ряді випадків потребує встановлення додаткових ліфтів для відвідувачів ресторану і доставки продуктів.

Заклади ресторанного господарства з нічним режимом роботи (нічні бари та нічні клуби, іноді банкетні зали) нерідко розміщують у підвальному або цокольному поверсі. Денні бари розташовуються у вітальнях, холах, ресторанах при вестибулях (експрес-бари).

Особливий вид закладів ресторанного господарства в готельних комплексах – ресторани та бари типу «гриль», де їжу (м'ясо чи рибу) готують на очах у клієнтів, для чого в торговому залі передбачають спеціальні пристрої – рашпери, які працюють на електроенергії, вугіллі чи газі. Такі зали мало залежать від кухні ресторану і найчастіше розташовуються окремо від неї. Поруч із рашпером звичайно є підсобні приміщення для приготування інших страв, холодильники для зберігання м'яса і риби, шафи для посуду. Велика увага тут приділяється вентиляції – влаштовуються витяжки над рашпером і по периметру всього приміщення.

Архітектурно-планувальне рішення, розміри, пропорції, місткість залів для відвідувачів у межах закладів ресторанного господарства, що функціонують при готельних комплексах, індивідуальні. Крім своєї основної функції, вони служать для відпочинку, зустрічей, бесід, особливо у вечірній час, тому їхня архітектурно-просторова організація і планування інтер'єру повинні забезпечувати необхідні для цього умови. Практика будівництва готельних комплексів і їх експлуатації показала, що зали великих розмірів прагнуть розчленувати на окремі зони, зорозумівши їхні розміри, що сприяє створенню у відвідувачів відчуття відособленості та загишки. Для цього використовують різні типи розсувних перегородок, штор, різноманітні варіанти розташування меблів, у ряді випадків інтенсивніше освітлення столів, порівняно із загальним освітленням залу, невисокі стаціонарні перегородки та квітни-

ки, що виділяють окремі кабінети, перепади в рівнях підлоги та стелі та інші прийоми. У всіх випадках поділу залу на окремі зони ніщо не повинно заважати рухові клієнтів і обслуговуючого персоналу.

Досить часто заклади ресторанного господарства при готелях застосовують систему самообслуговування. Для торгових залів, які працюють за цією системою, характерне створення просторів, що вільно проглядаються. Якщо зал складається з кількох частин, то їх об'єднують отворами або зашкеленими дверима.

Зазвичай у залах ресторанів передбачають місце для оркестру, майданчик для танців, іноді невелику естраду і приміщення для артистів. Майданчик для танців часто акцентують іншим характером освітлення або більш концентрованим їхнім розміщенням, іншим рішенням стелі, піднімають або опускають підлогу майданчика по відношенню до рівня підлоги всього залу та ін. засобами.

При залах ресторанів, як правило, є банкетні зали, які розташовують або окремо, або виділяють із загальної площі за допомогою розсувних перегородок, що дозволяє використовувати ці приміщення за різними варіантами. Іноді за допомогою перегородок банкетні зали розділяють на дрібніші приміщення, які можуть експлуатуватися разом або окремо.

При розташуванні виробничих приміщень у ресторані (як і в інших закладах ресторанного господарства) дотримуються принципу послідовного здійснення стадій технологічного процесу виробництва власної продукції, що забезпечує їх раціоналізацію.

7.2.4. Організація адміністративних приміщень

Блок групи приміщень адміністрації розміщується здебільшого на першому чи другому поверсі будівлі готелю. Приміщення адміністрації повинні мати зручний зв'язок із блоками приймально-допоміжних приміщень, житла, громадського харчування. До складу групи приміщень адміністрації входять кабінети директора та його заступників, головного інженера, управляючого; кімнати відділу кадрів, планового відділу, відділу постачання, бухгалтерії, архіву тощо.

Всі адміністративні приміщення об'єднуються в *групи* за функціональними ознаками:

Формування предметно-просторового середовища готелю

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

У готелях на 50-400 осіб площа адміністративного блоку обчислюється з розрахунку 0,12-0,18 м² на одне місце. Для більших готелів також встановлені відповідні нормативи.

Адміністративні приміщення можуть мати довільну площу. Зважаючи на постійний характер роботи, тут повинно бути денне освітлення та вентиляція. Внутрішнє оформлення – просте, притаманне цій категорії приміщень і загальноприйняте в будівництві.

У цих приміщеннях співробітники розміщуються групами від 3 до 10 осіб. Найбільш раціональним вважається безкоридорне і ландшафтне планування приміщень, без ізоляції робочих місць, що досягається завдяки використанню секційного обладнання, легких перегородок і екранів.

До приміщень адміністрації належать побутові приміщення персоналу готельного комплексу – гардероби для домашнього одягу і спецодягу, туалетні кімнати і душові. Побутові приміщення і службові проходи відокремлюються від приміщень для обслуговування мешканців готелю і забезпечуються окремим зовнішнім входом.

7.2.5. Приміщення господарського і складського призначення

Приміщення господарського і складського призначення виконують функції матеріального забезпечення організації праці всіх приміщень і служб готельного підприємства, а також необхідних ремонтних робіт. До них належать приміщення і підпри-

емства побутового обслуговування, група приміщень матеріального забезпечення і ремонтних робіт, група приміщень інженерного устаткування.

Приміщення і підприємства побутового обслуговування, як правило, відокремлені від блоку приміщень складського і господарського призначення, що пов'язано з виконанням функцій обслуговування мешканців готелю. До них належать перукарні, майстерні дрібного ремонту і прасування одягу, дрібного ремонту взуття і шкіргалантереї, приймальні пункти прання і хімчистки, пункт прокату предметів культурно-побутового і спортивного призначення, прийом замовлень на фотороботи. Набір і площі цих приміщень залежать від категорії, місткості готельного комплексу та попиту на зазначені види послуг.

Перукарні, як правило, розраховані на обслуговування мешканців готельного підприємства й осіб, що мешкають в районі його розташування. Вони розміщуються біля вестибулю, мають із ним безпосередній зв'язок і передбачаються в усіх готельних комплексах на 50 і більше місць. До складу приміщень перукарні входять жіночі й чоловічі зали (з кількістю робочих місць залежно від місткості готельного комплексу), зал очікування і підсобні приміщення, іноді – сушарки. У перукарських салонах 4-5* готельних комплексів виділяються окремі приміщення для манікюрного, педікюрного, косметичного, масажного кабінетів.

До пунктів *прокату предметів культурно-побутового призначення* відносять: приміщення прийому, видачі і підготовки прокатного фонду; приміщення для зберігання предметів культурно-побутового призначення.

Пункти дрібного ремонту речей (шкіряно-галантерейних виробів, годинників, електротоварів, верхнього одягу) обладнані спеціальними й універсальними меблями відповідно до тих функцій, які вони виконують. У приміщеннях пункту дрібного ремонту організують зони очікування, розрахунку за замовлення, примірювання, прийому й видачі замовлення.

Прийомні пункти хімчистки і прання білизни організуються у приміщеннях, безпосередньо пов'язаних із ліфтом і господарським входом у готельний комплекс, аби запобігти перетину руху мешканців і замовлених речей під час транспортування.

Формування предметно-просторового середовища готелю

Пральні за методом самообслуговування розраховані на виконання всіх операцій щодо прання білизни мешканцями готельного підприємства. Тут передбачені пристрої швидкого сушіння білизни, а в літніх турбазах, таборах тощо для цих потреб використовують відкриті майданчики або навіси. Їх обладнують малоємкими машинами для прання і сушіння. Обов'язковими у приміщенні пральні є гаряче й холодне водопостачання, каналізаційні зливи чи трапи.

Розміщення пунктів прийому замовлень на різні види побутового обслуговування і побутових майстерень можливе на будь-яких поверхах громадської частини готельних комплексів, на технічних поверхах, іноді навіть над житловою частиною. Проте найраціональнішим вважається їхнє розташування на першому або в цокольному поверсі при організації зручного зв'язку з вестибулем готельного комплексу.

Медпункти у готельних комплексах призначені для надання першої допомоги клієнтам готелю і персоналу, тому повинні бути доступними для хворих. У великих медпунктах передбачені приміщення для лікувальних процедур. Хворі мешканці готелю, які потребують стаціонарного лікування, як правило, доставляються до місцевих медичних закладів. У разі розміщення готельного підприємства у незаселеній або малонаселеній місцевості (і за відсутності поблизу медичних закладів) до його складу включають ізолятори на випадок травми, хвороби мешканця або працівника готелю, а такою забезпечуються можливості евакуації хворих. Для цього один із службових ліфтів повинен мати габарити, де б розмістилися носилки і супроводжуюча особа.

Найкращим місцем для медичного пункту та ізолятора є перший поверх, коли евакуацію хворого легко забезпечити, минаючи потоки мешканців готелю.

До групи приміщень матеріального забезпечення і ремонтних робіт готельного підприємства належать центральні приміщення для чистої і брудної білизни. У невеликих готелях (до 300 осіб) для них визначений норматив площі 0,33-0,39 м² на одне місце. Встановлена також норма на шафи (білизняні) у господарських кімнатах невеликих готелів – 0,06-0,04 м² на одне місце. Вони повинні бути самостійними, ізольованими одне від одного при-

міщеннями. *Приміщення для чистої білизни* розміщується поруч із вантажно-пасажирським ліфтом, кабіна якого відчиняється в бік блоку приміщень для обслуговування на поверсі. Може бути оснащено шахтопідйомником. Передбачається місце для ремонту і прасування білизни. Розміри білизняних кімнат визначаються будівельними нормами. Площі комор для чистої білизни встановлюються з розрахунку 4 м² на 30 номерів. Їх обладнують полицями (завглибшки 50 см і заввишки 40 см).

Приміщення для брудної білизни у великих готельних комплексах є на кожному поверсі. Їх обладнують полицями та оцинкованою скринєю, що дозволяє проводити мокру дезінфекцію білизни; залишають місце для розбирання білизни. Комору розміщують поруч зі службовим ліфтом. Для спуску брудної білизни використовуються білізнопроводи із приймальними клапанами в кімнатах брудної білизни.

Пральня є однією з основних установ готельного комплексу. Її розміщення потребує спеціальних умов. Вона повинна знаходитися в місці, менш помітному для оточуючих, зважаючи на шум і випаровування, і мати добре сполучення з господарською службою житлової частини. Її розміри залежать від кількості білизни, що обробляється, і площ окремих приміщень (залежно від розмірів і кількості пральних апаратів).

У *складських приміщеннях* зберігаються запаси меблів для номерного фонду, різних приміщень, килимові вироби, постільні речі (подушки, покривала, ковдри, перини), малоцінний інвентар для оснащення номерів (щітки для одягу й взуття, попільнички, набори столового посуду та приладдя, вішалки, вази для квітів), обладнання для санвузлів (дзеркала, гумові килимки, озонатори, гачки й утримувачі для одягу, рушників, туалетного паперу, мильниці, склянки тощо), інвентар і речі санітарно-гігієнічного призначення (фени для сушіння волосся, банні халати, махрові простирадла, набори туалетного приладдя у фірмовій упаковці тощо), мийні та фарбувальні речовини, електроприладдя та електролампи, запасні частини та сантехнічне устаткування (крани, санітарне приладдя) тощо.

Формування предметно-просторового середовища готелю

Велика увага приділяється розміщенню й обладнанню *технічних приміщень* і *установок*. У будівлях великих багатоповерхових готелів для облаштування машинних і різних санітарно-технічних відділів відводиться цілий технічний поверх. Тут розміщуються бойлерні, приміщення для кондиціонування повітря, вентиляційні камери, приміщення для лічильників, акумуляторна, трансформаторні, а також ремонтні майстерні для енергетичної, санітарно-технічної, слюсарної, столярної та інших груп.

Окрім перерахованих, пов'язаних з потребами готельної споруди, також організуються автомайстерні у випадку, якщо комплекс має великі гаражі. Ця форма обслуговування найчастіше характерна для мотелів.

7.2.6. Функціональна організація приміщень ділового і рекреаційного призначення

Блок приміщень культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення передбачається в основному в туристичних, курортних і ділових готелях. Склад приміщень культурно-масового обслуговування залежить від вимог до відпочинку туристів і терміну їх перебування. Так, організація дозвілля і відпочинку туристів, що перебувають короткочасно (до 3 днів), вимагає скороченого переліку відповідних приміщень. До їхнього складу належать зали універсального призначення, конференц-зали, зали для проведення нарад і переговорів, експозиційний зал (салон) для організації виставок, демонстрації творів мистецтва, призначених для продажу, танцювальні та бальні зали, фойє, дискотеки, більярдні, кегельбани, сауна з баром і залом спортивних тренажерів, масажний зал, зал ігрових автоматів, кімнати (зал) для гри в настільний теніс та ін. Набір цих приміщень пов'язаний із призначенням готельного комплексу та рівнем його комфорту.

Практика експлуатації готельних комплексів показала, що одним із шляхів раціонального, гнучкого та економічного використання наявних площ є створення *залів багатоцільового (універсального) призначення*, розрахованих на проведення різних заходів (нарад, прийомів, банкетів, концертів, балів, танців, демонстрації кінофільмів тощо). У таких залах зазвичай використовують розсу-

вні перегородки, за допомогою яких змінюють кількість приміщень, їх габарити та місткість залежно від конкретних потреб.

Зали багатofункціонального призначення, конференц-зали та кіноконцертні зали розташовують або в окремому приміщенні, або на першому чи другому поверсі, іноді в цокольному. Нерідко їх розміщують поблизу закладів ресторанного господарства, що при необхідності полегшує доставку в зали напоїв і закусок. Для того, щоб відвідувачі конференц-залів і кіноконцертних залів не заважали клієнтам готелів, для цих приміщень часто влаштовують додатковий вхід із вулиці, вестибюль, гардероб, санвузли.

З метою проведення міжнародних нарад зали обладнуються установками синхронного перекладу на декілька мов і передбачаються кабіни для перекладачів.

Більярдні зазвичай передбачені у готельних комплексах високого рівня комфорту. Окрім більярдних столів різних розмірів, тут встановлюють стійку для кийів і шафу для куль, меблі для зони відпочинку й очікування. Світильники розташовують над столами на відстані 80 см від гральної поверхні. Площа більярдної залежить від кількості столів.

Кегельбани можуть замінювати більярдні. У них розміщується спеціальне обладнання, що складається з автоматів для подавання куль, встановлення кеглів, доріжок для прокату куль, зона відпочинку й очікування.

У висококомфортабельних готелях часто влаштовують приміщення і споруди **спортивно-оздоровчого призначення**: закриті та відкриті плавальні, купальні басейни, сауни (фінські лазні з гарячим сухим повітрям у парній і холодним басейном), лазні, зали для фізичних вправ (спортивний зал, гімнастичний зал, кегельбан); організують медичне обслуговування; на території готельних комплексів – спортивні майданчики (тенісні корти, гольф, міні-гольф тощо).

Басейни, відповідно до норм і стандартів, допускається влаштовувати в готельних комплексах вищої категорії, розташованих на морському узбережжі, курортах, у зонах відпочинку і туризму та призначених для прийому іноземних туристів.

Формування предметно-просторового середовища готелю

Закриті басейни розміщують у цокольному чи на першому поверсі споруди, в прибудові, з'єднаній з готельним комплексом крихим переходом, іноді – на верхніх поверхах готельної будівлі. При цьому шляхи відвідувачів до басейну повинні бути зручними і по можливості короткими, тому поблизу басейну часто знаходиться ліфт, який сполучає його з житловими поверхами готельного комплексу. Навколо басейну мають бути обхідні доріжки та рекреаційний майданчик, де можна розташувати місця для відпочинку, пляж, буфет, бар.

Відкриті плавальні басейни (зокрема, плескальні) роблять будь-якої форми, обладнують гірками для спускання у воду (табани). Глибина басейну залежить від його призначення. Для надання воді приємного кольору ванну облицьовують блакитною або яскраво-зеленою керамічною плиткою, дно іноді викладають кольоровою мозаїкою. Часто ванні зали басейнів мають природне, бічне, верхнє або комбіноване освітлення. Суцільне скління хоча б однієї зі сторін залу створює відчуття зв'язку басейну з навколишньою природою, хоча в літній період може призвести до перегріву приміщень басейну, а взимку – до його охолодження і невиправданих витрат на опалення і вентиляцію, тому воно може використовуватися лише з урахуванням кліматичних особливостей місця будівництва. Зазвичай такі басейни розраховані на мешканців готельного комплексу.

Допоміжні приміщення басейнів поділяються на обслуговуючі (для відвідувачів), адміністративні, підсобні, технічні. Технічні приміщення мають великі розміри, бо призначені для подачі й очищення води, встановлення насосів, фільтрів, бойлерів, водомірів та іншого устаткування. Іноді частину допоміжних приміщень басейну (підсобні, технічні та ін.) розміщують в експлуатованому просторі під ванною басейну.

До складу обслуговуючих приміщень відносять душові, санітарні вузли, роздягальні для чоловіків і жінок, кімнати інструкторів, приміщення для масажу, медичні кабінети, ванни з мінеральною водою.

Останнім часом у готельних комплексах різного призначення і рівня комфорту влаштовують лазні сухої пари – *сауни*, що знімають втому та сприяють інтенсивному кровообігу. До складу сауни вхо-

дять роздягальня, мийна, кімната сухої пари, басейн або душі, кімната відпочинку, іноді масажний і тренажерний зали, кімната оператора і бар. Сауни розташовують у підвальному приміщенні або на першому поверсі споруди готелю, нерідко в комплексі з купальним басейном. Окрім саун, у готелях можуть застосовуватися російські лазні.

7.3. Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю

7.3.1. Складові частини комфорту внутрішнього простору готелів

Специфіка готелів полягає в різноманітті функцій цих об'єктів. Це одночасно і житлові, і суспільні будівлі, що зумовлює особливості формування інтер'єрів.

Інтер'єр – це організація внутрішнього простору будівлі, яка є зорво обмеженим, штучно створеним середовищем, що забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини.

Інтер'єр – поняття складне, багатопланове, яке володіє величезною естетичною і психофізіологічною силою впливу на людину. Сприятливі умови життєдіяльності людини в готелях забезпечуються завдяки створенню комфорту як в самій будівлі готелю, так і на території, прилеглої до неї. Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегрованим поняттям. Воно охоплює екологічний, функціональний та естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю (див. рис. 2).

Екологічний комфорт створюється оптимальним для організму людини поєднанням температури, вологості, швидкості руху повітря і дії променевого тепла. Наприклад, у стані спокою чи при виконанні легкої фізичної роботи температура взимку не повинна перевищувати 18-22, а влітку – 23-25 °С; швидкість руху повітря взимку повинна становити 0,15, а влітку 0,2-0,4 м/с; відносна вологість – 40-60 %.

Важливим компонентом мікроклімату будь-якого приміщення є інсоляція (опромінювання приміщень сонячним промінням і природне освітлення). Тривалість інсоляції для багатьох приміщень готелів відповідно до санітарних норм і правил повинна складати не менше трьох годин на день.

Формування предметно-просторового середовища готелю

У приміщеннях готелів, де люди проводять більшу частину доби, повинно бути завжди чисте і свіже повітря та нормальний шумовий режим.

Екологічний комфорт в інтер'єрах створюється завдяки системам інженерного забезпечення готелів (вентиляції, кондиціонування повітря, централізованого видалення пилу, опалювання та ін.).

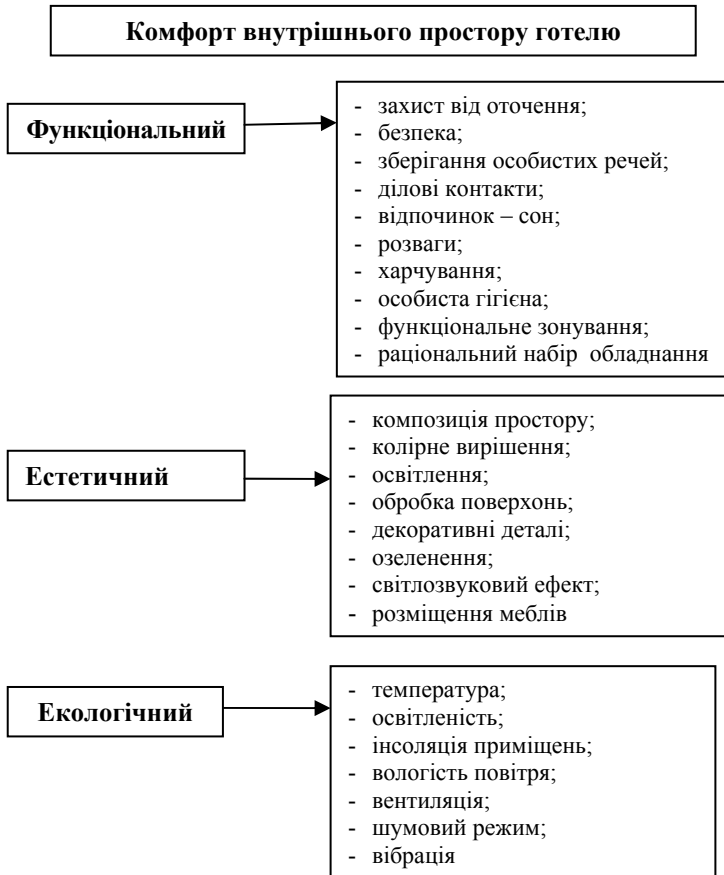


Рис. 2. Складові формування комфорту внутрішнього простору будівлі

Функціональний комфорт визначає зручність експлуатації будь-якого приміщення. Він забезпечує захист від оточення, безпеку і здійснення всіх функціональних процесів життєдіяльності людини: сон, харчування, відпочинок, особисту гігієну, розваги, ділові контакти та ін. Розподіл усіх процесів життєдіяльності людини в приміщеннях здійснюється прийомами функціонального зонування як загального простору готелю з виділенням функціональних блоків, так і мікрозонуванням. *Мікрозонування* здійснюється також завдяки раціональному набору обладнання та його оптимальному розміщенню в будь-якому інтер'єрі.

Функціональний комфорт в основному забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування. Меблі є одним з активних компонентів у формуванні інтер'єрів багатьох приміщень готелів.

Естетичний комфорт визначає позитивний емоційний настрій людини. Це забезпечується завдяки засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру в єдине для сприйняття ціле. Естетичний комфорт інтер'єру залежить, насамперед, від гармонійності наочно-просторового оточення, від того, наскільки досягнута цілісність і узгодженість його елементів.

7.3.2. Меблювання готельних приміщень

Специфіка готельного господарства, багатофункціональність приміщень, що знаходяться в одній будівлі, зумовили диференціацію **меблів за призначенням**: *побутові* (для відпочинку, сну, роботи за столом, споживання їжі, зберігання одягу); *офісні* та *ресторанні* і *спеціальні* (обладнання бару, перукарень, довідкових, місць чергових тощо).

Сучасні меблі за *характером конструктивної структури* підрозділяються на стаціонарні, комбіновані багатофункціональні (коли один предмет виконує дві та більше функцій) і трансформовані (в т.ч. секційні).

Вимоги до меблів встановлюються відповідно до комфортності готелів та їхнього призначення. Комфортність готелів визначає якість і кількість меблевих виробів, а функціональне призначення готелів – номенклатуру меблів.

Формування предметно-просторового середовища готелю

При розміщенні меблів обов'язково враховуються норми розривів і проходів між меблевими виробами. Характер планувальної організації меблів залежить також від типу функціонального блоку готелю. Так, у вестибулях, бюро обслуговування та інших приміщеннях великих готельних комплексів, які виконують не одну, а кілька функцій, меблювання включає предмети різного призначення, що розподіляються по зонах. Така розстановка створює враження розкритого простору і застосовується для всіх приміщень цього типу. Групи меблів можуть стояти біля стін або по центру залів симетрично чи довільно, проте завжди повинні відповідати певному ритму і рівновазі. У будь-якому випадку важливо знайти типи меблів, що найкраще відповідають конкретному приміщенню.

При виборі форми предметів устаткування та елементів оздоблення треба враховувати час і мету перебування клієнтури в певних приміщеннях. 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 сприяють створенню статичності та врівноваженості композиції. Завдяки рівномірному розподілу невисоких і невеликих (по відношенню до площі і висоти) предметів – крісел і бенкеток для сидіння, столиків зі стільцями тощо – вони зорозово сприймаються такими, що збільшують площу і підсилюють враження значущості інтер'єру. Цьому повинна сприяти й художня виразність решти елементів.

Зональність меблювання зумовлена прагненням максимально розширити 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 рекомендується встановлювати компактно.

У сучасних готельних комплексах зазвичай весь перший поверх відводиться під приміщення громадського призначення і планується повністю або частково вільним, що полегшує рух відвідувачів. Одним з основних за своєю значущістю приміщень готельного

комплексу є *вестибуль*, інтер'єр якого створює перше враження клієнта про готель. Тому до функціонального розподілу площі, раціональності встановлення устаткування, художньої якості оздоблення, меблювання і декоративного оформлення цього приміщення ставляться великі вимоги.

Відповідно до призначення, вестибуль складається з власне вестибуля, його робочої частини з розташованим тут місцем чергового адміністратора, вітальні, в якій незначний час знаходиться клієнтура, і суміжних допоміжних приміщень.

Місце чергового адміністратора та інші робочі приміщення (паспортний стіл, каси, довідкове бюро, різні агентства, пошта тощо) відокремлюють від місця знаходження клієнтів бар'єром. Останнім часом робочі приміщення влаштовують відкритими, що дозволяє працівникам служби прийому і розміщення зустрічати гостей краще і доброзичливіше.

Найраціональніше поєднання двох принципів: варто організувати місце чергового так, щоб воно складалося з робочої частини (закритої) і представницької (відкритої). Щоб обладнати таке місце, необхідний спеціальний стіл – секретер-бюро з відділеннями для зберігання ключів від номерного фонду і службових приміщень готелю, кореспонденції, що надходить на адресу гостей. Іноді такий робочий стіл, закритий високим бар'єром, безпосередньо пов'язують із низьким столом, за яким адміністратор працює за відсутності клієнтів.

У сучасних великих готельних комплексах розрахунок із клієнтурою проводиться із застосуванням комп'ютерної техніки та касових машин, і тому бухгалтерію розміщують не у вестибульній, а в адміністративній групі приміщень.

При вестибулі повинен бути влаштований гардероб, який обслуговує клієнтуру ресторанів і барів. Службовий гардероб призначений тільки для персоналу готельного комплексу. Площа гардеробу визначається за нормою 0,08 м² на інвентарне місце його місткості. Якщо в готельному комплексі є кіно- або концертний зал, куди допускається стороння публіка, їхній гардероб влаштовують окремо від гардероба готельного комплексу.

Формування предметно-просторового середовища готелю

Для розподілу вестибулю на окремі функціональні зони використовують різні засоби і прийоми, вибір яких залежить від розмірів площі, загального архітектурно-планувального рішення першого поверху і складу приміщень вестибульної групи. Серед основних прийомів можна виділити такі: влаштування перегородок різного типу; використання архітектурних конструкцій (зміна рівня стелі або підлоги тощо); застосування оздоблювальних матеріалів, кольору і фактури поверхонь тощо; побутового устаткування, зокрема розташування окремих груп меблів; зміни колірного і світлового середовища; елементів монументально-декоративного оздоблення й озеленення.

Найбільша увага у всіх типах готелів надається *меблюванню приміщень блоку житлової групи*, яке повинно вирішувати основне завдання: створити максимум зручностей при мінімальній площі.

У приміщеннях житлових поверхів використовуються спеціальні готельні меблі: вбудовані, такі, що трансформуються, зблоковуються, навісні. В результаті такого меблювання зменшується площа, зайнята меблями, і кількість предметів, полегшується прибирання приміщень та їхнє естетичне сприйняття.

Меблювання номерів залежить від площі номера і комфортності готелю. Прийоми розміщення меблів залежать від розмірів і конфігурації номера і його житлової площі, розташування віконних і дверних отворів.

У номері основним предметом як за своїм призначенням, так і за займаною площею є ліжко. Його розташування визначає розподіл решти предметів обстановки, а отже, й характер всього інтер'єру. При мінімальній ширині приміщення 3,1 м і знаходженні дверей в кутку кімнати ліжко доцільно ставити паралельно до вікна, при меншій ширині – тільки перпендикулярно до вікна, вздовж стіни. Вільне розташування ліжка паралельно до вікна, торцем до стіни, зручне в експлуатації, проте неможливе при габаритах одномісного номера, оскільки при відповідній (встановленій нормами) площі воно заповнить весь простір номера, що ускладнить пересування по ньому.

Найскладнішим є меблювання **однокімнатного номера**, оскільки він поєднує функції сну, роботи, відпочинку і зберігання речей. У всіх сучасних номерах функції зберігання речей частко-

во виносяться в передпокій, який обладнаний вбудованою шафою і вішалкою. Розстановка предметів меблювання житлового при-міщення номера визначається їх функціональними зв'язками та розташуванням в номері. Так, робочий стіл повинен знаходитися біля вікна (паралельно або торцем до нього); зона відпочинку (крісло і журнальний столик) – навпроти дверей; підставка для валіз – ближче до дверей або блокується з робочим столом.

Розміри функціональних зон номера визначаються з урахуванням розривів між меблевими виробами однієї зони. Розмір робочої зони в поперечному напрямі складається з ширини столу (60 см), розриву від столу до стільця (10 см) і ширини стільця (45 см), що становить 115 см. Загальний розмір зони відпочинку з одним кріслом дорівнює 150 см (ширина журнального столика – 60 см, розрив від столика до крісла – 30, ширина крісла – 60 см). Загальний розмір зони сну (135 см) складається з таких параметрів: ширина ліжка – 90 см (85 см ліжка плюс 5 см розрив від стіни), розриву 5 см між тумбочкою і ліжком, ширина тумбочки 40 см.

Щоб скоротити кількість предметів, які розбивають своїм виглядом композицію, їх блокують у великі за розмірами агрегати. Наприклад, можна з'єднати ліжко з нічним столиком, зробивши останній у вигляді полочки, шафки або ящика, пов'язаних з ліжком; об'єднати в один предмет письмовий стіл і підставку для валіз; поєднати диван зі столиком і тумбою для ліжка та ін.

Особливою комфортністю відрізняються номери типу «дубль», обладнані ліжком, комбінованим столом, стільцем, журнальним столиком, кріслом і підставкою для валізи, диваном-ліжком. Диван-ліжко служить додатковим спальним місцем і має тумбочку для постільної білизни.

Меблювання 3-4-місних однокімнатних номерів готелів ускладнює функціональне зонування меблів. Для максимального розкриття внутрішнього простору житлової кімнати рекомендується використовувати двохярусні ліжка, особливо в молодіжних готелях.

Двокімнатні номери складаються зі спальні і вітальні, які відокремлюються між собою розсувними або складними перегородками, відкритими або зашкльованими дверними отворами. Раціональне меблювання спальні визначається острівним розміщенням

Формування предметно-просторового середовища готелю

ліжок, пристінною шафою; у вітальні розміщення меблів для відпочинку повинно забезпечувати зручність користування телевізором, а меблі для роботи можуть охоплювати навісний підвіконний робочий стіл, що є одночасно підставкою для телевізора.

Житлова частина **трикімнатних номерів** складається зі спальні, вітальні і кабінету. Меблювання такого номера проводиться за аналогією з двокімнатним, але тут зона роботи виноситься в кабінет. Кабінет доповнюється також книжковою шафою або полицями і зоною відпочинку. У вітальні розташовується обідній стіл зі стільцями. При спальні може знаходитися вбиральня, а в передпокої – підставка для багажу. Трикімнатні номери можуть розміщуватися на двох рівнях: на першому рівні вітальня, передпокій, санвузол, кухня-ніша, а на другому – спальня, кабінет, санвузол. Іноді кабінет розташовують на першому рівні.

Номери «апартаменти», що мають до 8 кімнат, різняться і можуть бути скомпоновані з декількох номерів, які в цьому випадку з'єднуються між собою дверима і називаються номерами «комплексами». Вони можуть бути переобладнані для проведення нарад, зборів, для чого між номерами влаштовуються розсувні перегородки і використовуються меблі, що трансформуються (наприклад, ліжко-шафа).

Передпокої у всіх видах номерів переважно невеликі за площею (шириною не менше 105 см) і обладнані вбудованою (або пристінною) шафою, вішалкою і дзеркалом. У багатокімнатних номерах передпокій відокремлюється від житлової кімнати дверима, а в однокімнатних – простим отвором. У передпокої, що не має вбудованої шафи, встановлюється вішалка з полицею для капелюхів і підставкою для взуття, рекомендується повісити дзеркало, виділити місце для платтяної щітки.

7.3.3. Естетична організація середовища готелю

Естетична організація середовища, або досягнення краси інтер'єру, охоплює багато різнопланових завдань. Головні з них – це композиція простору, колірне вирішення та обробка поверхонь, господарська (дизайнерська) форма обладнання й меблів, рішення декоративних деталей, освітлення, озеленення тощо.

Великої уваги в готелях (особливо 4- і 5-зіркових) надається досягненню **естетичного комфорту**. Він створюється завдяки художньо-просторовій організації процесу життєдіяльності людини за допомогою цілої низки засобів. Першочерговим є завдання проектування композиції простору. Це означає таку побудову інтер'єру приміщення, за якого окремі елементи сприймаються в певній системі (стильовій єдності). Сьогодні найпоширеніші три *прийоми художньо-просторової організації* інтер'єрів готелів – стиль «ретро», сучасний і змішаний.

Інтер'єр у стилі *«ретро»* створюється стереотипними елементами минулих століть (ампір, бароко, рококо та ін.). *Сучасний* інтер'єр в організації простору відображає чіткість, простоту, логічність і лаконічність форм, їх функціональну виправданість. Інтер'єр, вирішений у *змішаному* стилі, містить елементи двох попередніх прийомів композиції простору.

Окрім найпоширеніших стилів, інтер'єр може бути створений із врахуванням національних традицій різних народів. Історія впливу культур дуже давня, але ніколи він не був настільки масовим і легкодоступним, ніж зараз. Виник навіть термін – етностиль. **Етностиль** – це сукупність кольорів, предметів декору, меблів і матеріалів, характерних для оздоблення будинку тієї чи іншої країни чи регіону.

Етностилі Сходу. Найпоширенішим сьогодні є *японський етностиль* із його гармонійним поєднанням кольорів і лаконічними формами. Це мінімалістсько-декоративний стиль, в якому нічого не перевантажує увагу, простір сконструйовано спокійно і виразно. Внутрішнє оздоблення приміщень зводиться до мінімуму меблів та інших атрибутів.

Японський стиль асоціюється з природними кольорами, переважно в світлих відтінках (світло-коричневих, кремових, молочних і білих). Стримані світлі кольори характерні й для японських меблів. Поверхня меблів і стін – гладка, не фактурна, тканини також кремові і білі, переважно натуральні (бавовна і шовк). Місця для відпочинку найчастіше розміщуються в центрі кімнати.

Широко застосовуються розсувні стінки і бамбукові меблі. Ієрогліфи – найпопулярніший атрибут оздоблення приміщення,

Формування предметно-просторового середовища готелю

комплектів постільної білизни, порт'єр, ковдр та ін. Є й відповідний посуд для чайних церемоній, особливі таці для рибних страв, шкатулки, скульптури прикрашені елементами японського стилю. В такий інтер'єр чудово вписуються скромні невисокі меблі, диванчики і столи різної висоти.

Китайський етностиль в епоху рококо фактично завоював Європу, але сьогодні не настільки популярний, хоча його елементи зустрічаються часто у вигляді китайських ваз, розписів на стінах, різних скульптурок. Ці елементи можна органічно вплітати в оздоблення будинку або вивести в окрему кімнату.

Індійський етностиль менше поширений, але надзвичайно екзотичний. Перевага надається бузковим, малиновим і помаранчевим кольорам. Меблі використовуються низькі, випиляні з дуже міцної деревини вручну. Деталі оздоблення легко трансформуються: стільці і столи, ширми і двері часто «міняються ролями».

Етностилі Півдня. *Африканський стиль* найекзотичніший з усіх етностилів. Меблі використовують дерев'яні, прикрашені різьбленням, ковані з заліза або плетені з «ротанга». На підлозі стелять шерстяні килими з традиційним африканським малюнком. Самобутнє мистецтво передають виготовлені вручну традиційні вироби художніх ремесел; дерев'яні таці для фруктів, екзотичні скульптури, маски, стилізовані ліхтарики. Може бути використана оббивка чи розпис в африканському стилі.

Етностилі Заходу. *Французький інтер'єр* вирізняється своєю вишуканістю. В ньому важливі не стільки застосовані кольори і матеріали, скільки їх поєднання з обстановкою будинку, гармонія старовинних предметів із сучасними. Характерними елементами декору є картини в гарних оправах, дзеркала в позолочених рамах, килими і гобелени, оздоблені тканинами стіни, драпіровані штори.

Англійський стиль – це обстановка затишних котеджів, предмети яких доповнювались упродовж багатьох поколінь, створивши органічний сплав старого і нового. Їм притаманні масивні меблі, оздоблені шкірою, дерев'яні панелі, каміни, стелі з натурального дуба. Щоб максимально використати денне світло, яке проникає через неширокі вікна, стіни зазвичай фарбують у сліпучо-жовті, яскраво-червоні або м'які кремові кольори. Дерев'яні підлоги за-

стелюють товстими шерстяними килимами. Житло прикрашають порцелянові вази, лампи з абажурами, фаянсовий посуд. На шторах і меблевій оббивці – троянди і традиційна «клітинка».

Середньоземноморський стиль – яскравий, як природа цього регіону: багато сонця, моря, рослинності. Від них запозичені і кольори: синювато-зеленкуватий, золотисто-помаранчевий, коричневий. Буяння кольорів простежується на яскраво пофарбованих стінах, на підлогах із викладеним візерунком із мармурових або кольорових керамічних плиток. Характерна деяка грубуватість і нерівність стін, великі вікна впускають багато сонця.

Натуральність, простота та природність вирізняють *скандинавський стиль*. Це стиль без вигадок. Підлоги зі світлої деревини, світлі стіни, прості дерев'яні меблі. Кольори до підлоги і меблів, якщо і застосовуються, то також світлих натуральних тонів: сіруваті, світло-коричневі, блакитні, зеленкуваті. Декорування майже відсутнє. Тканини використовують лляні і бавовняні, в їхніх візерунках найчастіше зустрічаються клітка або смужка світлих відтінків: синій з білим, зелений зі світло-коричневим.

Німецький стиль формувався раціональними і прагматичними людьми. Меблі та інші предмети обстановки не відрізняються декоративною вишуканістю і особливостями, але зроблені практично і надійно. Німці люблять квіти, вони часто присутні в декорі і в живому вигляді на підвіконниках.

Етностиль формується впродовж тисячоліть, тому використовувати його потрібно обережно. Головне уникнути бездушного копіювання. Найцінніше, що можна запозичити в етностилі, це дрібниці і нюанси. Стиль не зникає безслідно – він переходить в іншу, нову, сукупність стійких форм. Стилів у чистому вигляді практично не існує. Їхні окремі елементи зустрічаються всюди в усі часи незалежно від моди.

Одним із найважливіших елементів інтер'єру є **колірне вирішення** приміщень – забарвлення стін, підлоги, обробка їх різними матеріалами (пластиком, керамікою, гіпсокартоном та ін.), що створюється з використанням принципів контрасту і нюансу.

Колірне вирішення визначається багатьма чинниками, серед яких основними є природні умови, орієнтація, архітектура споруди

Формування предметно-просторового середовища готелю

та приміщення, призначення приміщень тощо. Звичайно, врахувати вплив усіх цих чинників на колірне вирішення інтер'єру неможливо, проте деякі особливості готельних комплексів дозволяють визначити основні вимоги щодо цього. Так, номери характеризуються невеликими розмірами і великою насиченістю меблями та устаткуванням; у плані номери можуть бути квадратними чи подовженими, тому для них необхідно обирати таку колірну гаму, при якій вони справлятимуть враження вільних і не стиснутих.

Особливістю приміщень вестибульної групи є єдність внутрішнього простору. Таким чином, колір може бути використаний як засіб композиційного об'єднання простору цієї групи приміщень. Водночас цей єдиний простір повинен бути розчленований кольором на окремі функціональні відособлені зони та приміщення. Кожній групі приміщень доцільно надати чітку колірну характеристику, що відповідає їх призначенню.

Важливе значення відіграє колір і як засіб орієнтування мешканців готелю. З цією метою різним приміщенням і навіть поверхам варто надавати різне забарвлення: так, абсолютно схожі один на одного майданчики поверхів легко запам'ятовуються. Використання кольору як засобу орієнтування особливо необхідне у великих готельних комплексах. Кольором можна виділити місце чергового адміністратора, ліфти та сходи; різну колірну характеристику можуть мати коридори і холи різних поверхів тощо.

Колірне планування інтер'єру готельних комплексів доцільно вибирати з урахуванням гігієнічних вимог. Пофарбовані у світлі тони приміщення легко утримувати в чистоті, а горизонтальні поверхні меблів повинні бути темними, що дозволяє легко помітити на них пил. Не бажано, щоб оббивка меблів і декоративні тканини були сірих чи бурих кольорів, які створюють враження недостатньої свіжості.

При виборі кольорових тонів для фарбування стін та обладнання потрібно враховувати їхні естетичні та психологічні особливості. Людина розрізняє близько 150 кольорових тонів, які по-різному діють на психіку людини, викликають певні емоції. Наприклад, вишукані кольорові поєднання яскравих тонів на перший погляд видаються привабливими. Якщо ж людина перебуває

в приміщенні впродовж тривалого часу, то вони виявляються втомливими для сприйняття. Тому більш сприятливими вважаються спокійні однотонні кольори.

На основні даних досліджень кольорів, можна оцінити колірне планування інтер'єру за такими характеристиками:

- діє збудливо, заспокійливо або пригнічуюче;
- сприймається як холодне або тепле, світле або темне;
- створює враження обмеженого або вільного, єдиного або розчленованого об'єму;
- викликає відчуття важкості або легкості декоративних деталей архітектури.

Критеріями оцінки колірною вирішення інтер'єру готельного комплексу з цих позицій будуть різні властивості кольору і характер його дії на людину. Відомо, що теплі кольори хвилюють, холодні заспокоюють, світлі кольори – веселіші, темні – сумніші. За ступенем збудження людей кольори розташовуються в тому ж порядку, в якому вони розташовані в спектрі. Спостерігається перехід стану людини від спокою при фіолетовому кольорі до збудження при червоному, зеленій, що знаходиться в середині спектра, – це колір фізичної рівноваги. Загалом дані про психологічну дію кольору зводяться до такого (див. табл. 5):

Таблиця 5

Вплив кольору на емоційний стан людини

<i>Колір</i>	<i>Емоції, які викликає колір</i>
Помаранчевий	сприймається як гарячий, бадьорий, стимулює до активної діяльності, викликає радість
Блакитний	холодний, нагадує про воду, він свіжий, прозорий, зменшує фізичну втому, заспокоює, регулює ритм серця
Жовтий	теплий, веселий колір, який створює гарний настрій
Зелений	освіжаючий, заспокійливо діє на нервову систему, зоровий аналізатор; зменшує яскраве сонячне освітлення
Коричневий	теплий, заспокійливий, але здатний викликати похмурий настрій, а із сірим відтінком – насторожує, викликає занепокоєння; рекомендується застосовувати в поєднанні із жовтим або помаранчевим кольорами

Формування предметно-просторового середовища готелю

Продовження таблиці 5

1	2
Червоний	гарячий, енергійний, має стимулюючий вплив і викликає в людини умовний рефлекс, спрямований на самозахист
Білий	холодний, одноманітний, викликає апатію
Сірий	діловий, сумовитий, здатний викликати апатію, нудьгу
Чорний	похмурий і важкий, різко знижує настрої

При виборі кольору оздоблення тієї чи іншої кімнати, потрібно враховувати різні чинники (див. табл. 6): куди дивляться вікна (якщо на північ – краще надати перевагу теплим тонам, якщо на південь – холодним); якість освітлення; як світло відбиває колір. І, зрештою, яка це кімната номера – спальня, ванна, вітальня, кабінет, передпокій та ін. Насичені, яскраві кольори придатні для вітальні; білий, блакитний (асоціюються з чистою водою) можуть використовуватися для ванної кімнати. Не варто забувати і про розміри кімнат: яскраві стіни зорозово зменшують простір, темні – збільшують. Так, червоний, помаранчевий та жовтий допоможуть зробити величезне приміщення із малою кількістю меблів меншим і затишнішим. Чорний і білий, синій та фіолетовий зорозово збільшують розміри кімнати. Добираючи колір стін, потрібно пам'ятати, що меблі, декоративні тканини, штори, гардини повинні гармоніювати зі стінами.

Таблиця 6

Основні чинники, які потрібно враховувати при виборі кольорової гами для фарбування приміщення

№ п/п	Чинники	Кольорова гама		
		холодна	нейтральна	тепла
1.	<i>Райони країни:</i>			
	північні	-	×	×
	центральні	×	×	×
	південні	×	×	-
2.	<i>Орієнтація вікон:</i>			
	північ	-	-	×
	північний схід	-	×	×
	північний захід	-	×	×

1	2	3	4	5
	південь	×	-	-
	південний схід	×	×	-
	південний захід	×	×	×
3.	<i>Температура в приміщенні:</i>			
	підвищена	×	-	-
	нормальна	×	×	×
	понижена	-	-	×
4.	<i>Характер роботи:</i>			
	нормальний	×	×	×
	підвищеної інтенсивності	×	×	-
	монотонний	-	-	×
5.	<i>Зорове напруження:</i>			
	нормальне	×	×	×
	підвищене	×	×	-

Якщо оббивка меблів, гардини та покривало на ліжку – з візерунками, то стіни краще робити гладкими. До поєднання кольорів потрібно ставитися вдумливо, не покладаючись на випадок. Наприклад, краще не поєднувати червоний із зеленим, оскільки таке поєднання важко сприймається, особливо якщо ці поєднання в однакових пропорціях. Яскраво-жовтий може слугувати гарним тлом для інших кольорів. Зелений погано поєднується з усіма іншими кольорами, за винятком різних відтінків того ж зеленого.

Стелі можна «підняти», якщо зафарбувати їх у білий, бажано з блакитним відтінком, колір. Також можна використовувати фарбування стін чи наклеювання на них шпалер до стелі без фільонки, якщо в малюнку шпалер переважають вертикальні смуги теплих відтінків.

У передпокоях, коридорах і холах можна використовувати контрастні кольори при обробці стін. Застосування насичених теплих і темних відтінків чи шпалер з великим малюнком сприяє зоровому зменшенню габаритів великих кімнат. Якщо кімната довга і вузька, то поздовжні стіни краще зафарбувати білими світлими, а торцеві – темнішими тонами, тоді приміщення здавати-

Формування предметно-просторового середовища готелю

меться коротшим і нижчим. Гарного ефекту можна досягти, якщо забарвлення однієї зі стін матиме інший колір.

Маленьку кімнату можна розширити, застосовуючи світлі, проте холодні кольори. Світло-салатовий, сріблясто-сірий і світло-блакитний зорovo збільшують габарити приміщення. В маленьких кімнатах не варто ставити темні меблі, вішати штори і стелити килими темних відтінків.

Двері краще фарбувати у світлі тони: білий, світло-сірий і колір слонової кістки. Світла підлога виглядає затишнішою, ніж темна.

Важливим елементом інтер'єру є **світло й освітлення**. Освітлення буває: *загальним* – обов'язкове для всіх приміщень (рівномірне); *місцевим* – додаткове освітлення певної зони інтер'єру (спальних місць у номерах, столиків у ресторані тощо); *локалізованим* – у приміщеннях із відносно великими площами, спрямоване до робочих місць. При всіх видах освітлення велику роль виконує кольорне вирішення та оздоблення стелі, підлоги й стін.

Управління освітленням місць загального користування (коридорів, сходів, холів, віталень та ін.) є централізованим.

Для освітлення номерів використовують дві системи – комбіновану і локальну. *Комбінована система освітлення* номерів характеризується тим, що застосовують окремі світильники загального і місцевого світла. Це призводить до перевантаження приміщень освітлювальними приладами і додаткових витрат на їхнє придбання.

При *локалізованій системі освітлення* номерів функції загального світла виконують світильники місцевого освітлення. Відомі два способи локалізованої системи освітлення. Перший характеризується тим, що загальне освітлення здійснюється за допомогою світильників, які поєднують функції загального і місцевого освітлення різних зон, т.зв. «зональне освітлення». При зональному освітленні, раціональному зі світлотехнічної точки зору, також є перевантаження приміщення освітлювальними приладами. Воно можливе тільки у великих номерах із житловою площею 25-26 м².

Другий вид локалізованої системи освітлення характеризується тим, що загальне освітлення здійснюється світильником, який одночасно поєднає функції загального освітлення та освітлення

певної зони. В даному випадку перевантаження освітлювальними приладами відсутнє.

В сучасному будівництві готелів застосовується місцеве освітлення, при якому для освітлення двох-трьох зон використовується один світильник. Часто встановлюють освітлювальні прилади із пересувним пристроєм світлооптичної частини.

Заслужують на увагу настінні лінійні світильники, які використовуються одночасно для освітлення кількох груп меблів. Одним із прогресивних способів освітлення є вбудоване освітлення; воно відповідає сучасним методам будівництва. Крім того, вбудовані освітлювальні прилади економічні, зручні в користуванні, мають значні можливості у вирішенні художніх завдань інтер'єру.

В номерах доцільно одночасно використовувати освітлювальні прилади кількох груп: декоративні, світильники нейтральної форми і вбудовані пристрої розсіяного і відбитого світла. Освітлювальні прилади, що поєднують функції загального і місцевого освітлення, доцільно використовувати як елемент головної композиційної ланки інтер'єру.

Враховуючи функціональне призначення ванної кімнати, вона повинна бути найкраще освітленим місцем у готельному номері, оскільки тут голяться, зачісуються, роблять макіяж. Тому для невеликої ванної достатньо 3-4 точкових світильників (на стелі), один можна розмістити над настінним дзеркалом.

Приклади освітлення номерів свідчать про те, що в створенні інтер'єру важливим є не освітлення як таке, а його взаємодія з іншими елементами інтер'єру.

Важливу роль в оформленні приміщень і житлових номерів відіграють твори живопису, скульптури, елементи декоративного, прикладного мистецтва, а особливо **озеленення**.

Озеленення в інтер'єрі готелів – 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 і оздоблення стін, меблювання та ін. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, вдосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рос-

Формування предметно-просторового середовища готелю

лин полягає у створенні певного мікроклімату в приміщеннях.

Розрізняють *активну* та *нейтральну* системи озеленення. Так, у зоні роботи створюють нейтральну систему озеленення, а в зоні відпочинку – активну. З допомогою озеленення виконують розподіл простору на зони.

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

У готелях із високим рівнем комфорту у вестибулях створюють зимові сади. Для озеленення інтер'єрів застосовують, як правило, декоративно-листяні, декоративно-квітучі, в'юнкі й ампельні, сукулентні види рослин.

Залучення озеленення до інтер'єру здійснюється як створенням природних (живих, засушених) природних композицій, так і штучних.

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

Особлива увага надається мистецтву складання букетів (ікебані). В ікебані є свої закони, принципи і правила, що допомагають при складанні букета, основним з яких є закон пропорційних співвідношень і кольорових гармоній.

Квіти рекомендується ставити у вітальнях багатокімнатних номерів-люкс, у загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кафе і ресторан. Скрізь доречно і святково виглядатимуть навіть найскромніші букети чи гілочки рослин.

Композиції з квітів поділяються на:

- симетричні, розташовані по боках, які не впливають негативно на зір. Ці композиції гарно виглядають з усіх боків і слугують прикрасою будь-якого столу;
- асиметричні, які ніби з'являються з центру столу, і обидві сторони букета відрізняються між собою. Такі композиції потребують великих затрат праці при їх створенні і розбиранні, вони дозволяють укладачу втілити в життя свою фантазію. Вони можуть вдало використовуватися для загального декору приміщення.

При використанні живих квітів для оформлення інтер'єрів бажано уникати таких, що мають різкий запах (лілії, конвалії тощо), оскільки вони можуть викликати алергічні реакції у клієнтів та спотворювати аромат страв, які подаються в ресторанах, кафе, барах.

Додаткова інформація

Наведемо характеристики кольорів у послідовності спектра.

Червоний – найемоційніший колір інтер'єру, він справляє найбільше враження, хвилює і збуджує. Найдоцільніше використовувати його там, де людина діє найактивніше, імпульсивно і прагне якнайвиразніше подати свій побут. У готельному номері – це вітальня. Цей колір уособлює енергію, поліпшує апетит, але зловживання ним викликає депресію. Проте його позитивна енергія надає атмосфері теплоти і незвичайного емоційного збудження.

Комбінація червоного і чорного посилює стан безвиході; таке поєднання кольорів в інтер'єрі драматизує ситуацію, «забирає» у людей енергію, вони почуваються невпевненими, бояться втратити останні сили. Фіолетовий колір у поєднанні з червоним цілком логічно доповнює його. Таке незвичне поєднання зачаровує своєю еротичністю та аскетизмом. А поєднання червоного з жовтим викликає у людини непереможне бажання активно діяти, бажання щось вивчити, зробити відкриття, заробити багато грошей. Якщо ж жовтий домінуватиме, то це породжуватиме відчуття власної неперевіреності, гідності та повної незалежності. Сусідство із сірим – робить його імпульсивним. Таке поєднання символізує необдуманість, страх за певні наслідки. Червоний із білим посилює відчуття чистоти і повної ясності в поєднанні з екстравагантністю. Крім того, червоний на білому тлі інтенсивно трансформує енергію.

Помаранчевий, оранж – цей колір асоціюється із золотистим апельсином. А це означає теплоту, бадьорість, радість. У таких кольорах найкраще оформляти інтер'єр холодної північної кімнати.

Жовтий – дуже «теплий» колір. Якщо номер орієнтований на північ, то велика кількість жовтого кольору створює враження, що він дуже «веселий», сонячний, навіть тоді, коли сонце в ньому рідкісний гість. На думку психологів, жовтий колір – для людей, які ведуть активний спосіб життя, легко пристосовуються до будь-якої обстановки. Проте жовтий колір може також драгувати, все залежить від відтінку. Цей колір висвітлює натуру дружню та життєрадісну. Це колір надії та очікування щастя в усіх його проявах.

Формування предметно-просторового середовища готелю

У спальній кімнаті жовтий колір у поєднанні з фіолетовим і сірим може викликати невпевненість у своїх силах, нерішучість, але одночасно може активізувати естетичне сприйняття. Вкраплення червоного кольору в жовтий змусять людину помріяти, викличуть бажання позбутися труднощів. Прихильники жовтого кольору – люди щедрі, проте їм притаманна непостійність. Зелений колір у поєднанні з жовтим зумовлює прагнення викликати в оточуючих прихильність. Жовтий колір – втілення егоїзму, тому використовуючи його для оформлення інтер'єру вітальні, де часто відбуваються ділові зустрічі, доцільно доповнити синім. Таке поєднання кольорів швидше викликає симпатію, бажання співпрацювати. Активний жовтий у поєднанні з жовтим пастельним ототожнюється з надією, альтернативністю і майбутніми змінами.

Зелений – вважається заспокійливим кольором і для очей, і для нервової системи, оскільки він, як жоден інший, максимально наближений до природи. Цей колір символізує фінансовий і матеріальний добробут. Його люблять успішні бізнесмени. Він зумовлює рішучість, наполегливість, високу самооцінку і схильність до панських замашок. У нашій самосвідомості він асоціюється з травою, підтримкою і спокоєм.

Використання зеленого кольору в інтер'єрі підкреслює значущість і високу ціну. Як не дивно, але він рідко заспокоює, найчастіше навпаки – збуджує. Проте на противагу червоному, він не породжує агресивність, а тільки посилює відчуття гордості за себе. Зелений колір сприяє просям самоствердження, а в поєднанні з золотистим чи коричневим – посилює відчуття захищеності. М'які та ніжні відтінки цього кольору допомагають розслабитися, навіюють спокій. У поєднанні з синім – уособлює точність, усвідомленість, охайність; у поєднанні з сірим – символізує критичність, самоповагу, відчуття престижу і логічну послідовність. З жовтим кольором зелений використовується рідко, оскільки це означає корисливі почуття та честолюбність. Поєднання зеленого з чорним – ще гірше, це уособлення патологічної впертості і несприйняття навколишнього світу.

У номерному фонді зелений колір найчастіше використовується в інтер'єрах віталень у вигляді декору текстилю – порт'єри, оббивка, чохли, килими, диванні подушки тощо. У такому випадку стіни можуть бути жовтими, бежевими чи кремовими. Найкраще гармоніює з жовтогарячим, коричневим чи сірим кольорами.

Блакитний – це колір неба, простору, повітря, свободи. Він дає відчуття спокою. Блакитний колір – один із відтінків синього. Досвідчені дизайнери врівноважують його теплими тонами червоного, жовтогарячого, жовтого і зеленого. Використовується в кабінетах, щоб акцен-

тувати увагу на канцелярському приладді.

Синій – це колір вічності, який об'єднує сьогодення з минулим і прийдешнім. Він викликає відчуття єднання з оточуючим світом. В інтер'єрах стимулює бажання медитації. Яскраво відображає силу почуттів. З давніх-давен його ототожнювали з космосом і приписували йому магічну силу. В поєднанні з білим він виражає метафізичну істину чи містичну реальність. Синій колір любить гру відтінків. При невмілому використанні цього кольору в інтер'єрі, у людини, схильної до меланхолії, може з'явитися бажання до самопожертви. Поєднання синього з чорним діє заспокійливо, проте якщо набуває баклажанного відтінку, то може викликати депресію, оскільки уособлює жалість. Тому використовувати поєднання потрібно дуже обережно. Синій із сірим підкреслює раціоналізм, рівновагу, безпристрасність. Таке поєднання доцільно використовувати ненав'язливо у вигляді дизайнерських трюків (ваза в кутку, сервіз у серванті тощо). Синій колір дуже емоційний – він солодкуватий, чуттєвий, заспокійливий, тому допомагає розслабитися.

Синім кольором можна декорувати спальню готельного кольору (покривала на ліжках, килими, штори та ін.). Присутність синього знижує апетит. Синій колір не може набрикнути, він свіжий, спокійний, допомагає людям налагоджувати дружні стосунки.

Фіолетовий – в інтер'єрах готельних номерів використовується рідко. Дизайнери дуже обережно ставляться до цього кольору. Вишуканий та екстравагантний, він був надзвичайно модним у вікторіанську епоху. Це колір емоційних контрастів, що символізує своєрідний містичний союз, завдяки якому все осмислене і бажане стає реальним. Його люблять натури пристрасні, доля яких часто буває трагічною, а також невпевнені в собі і делікатні люди. До нього варто ставитися з вірою в краще майбутнє. Йому надають перевагу інтелектуально відсталі люди, сексуальні меншини. Фіолетовий колір – уособлення нездійснених мрій. Він більше придатний для тих приміщень, де людина перебуває в піднесеному настрої – кафе, ресторані, дискотеці, але не в номерному фонді.

Білий і чорний – модні кольори, дуже суперечливі, часто «міряться» силами між собою. Проте в інтер'єрі вони доповнюють і підкреслюють один одного. Якщо білий – це возз'єднання всіх кольорів спектра, уособлення чистоти і чуттєвості, позитивного ставлення до самого себе і до оточуючих, то чорний – поглинає всі інші кольори, сприйняти його велич можна тільки шляхом використання активніших кольорів.

Чорний – символ рішучого протесту, тому в інтер'єрах його у чистому вигляді, як правило, не використовують.

Формування предметно-просторового середовища готелю

Білий колір символізує холодну стерильність лікарняних палат, тому в номерному фонді його доцільно використовувати при оформленні інтер'єрів ванних кімнат, для фарбування стель.

Сірий – універсальний колір. Його вважають королем сучасних інтер'єрів. Насправді сірий з усіма кольорами, переліченими вище, формує єдиний органічний колірний колорит. Він одночасно ніжний і стильний. В поєднанні з іншими кольорами створює особливу гаму. Його прихильники відзначаються твердістю, наполегливістю, витримкою. Інтер'єр у сірих відтінках уособлює «пристановище» людини, яка намагається відгородитися від зовнішнього впливу і звільнитися від зайвих зобов'язань. В інтер'єрі готельних номерів використовується рідко.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте особливості організації прилеглої території навколо готельних будівель.

2. Назвіть основні блоки приміщень готельних комплексів. Розкрийте тонкощі функціональної організації групи приймально-допоміжних приміщень із вестибулем.

3. Як впливає форма плану готельної будівлі на розміщення житлових номерів? Опишіть плюси і мінуси кожної форми плану.

4. Назвіть критерії класифікації готельних номерів. На які види поділяються житлові кімнати залежно від зазначених критеріїв?

5. Охарактеризуйте приміщення, що входять до групи житлових приміщень.

6. Розкрийте особливості організації блоку приміщень громадського харчування залежно від категорійності готелів.

7. Назвіть та дайте характеристику груп приміщень адміністрації.

8. Охарактеризуйте підходи до організації блоку побутових, підсобних і господарських приміщень.

9. В яких готелях виділяється блок приміщень культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення? Дайте характеристику основних приміщень, що входять до даного блоку.

10. Назвіть складові компоненти загального комфорту внутрішнього простору готелю. Розкрийте сутність екологічного комфорту.

11. Опишіть засоби створення функціонального комфорту. Розкрийте роль меблювання у створенні комфорту різних за призначенням приміщень.

12. Назвіть засоби створення естетичного комфорту. Які прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів використовуються у готельних комплексах?

13. Дайте визначення поняття «етностиль». Назвіть та охарактеризуйте найпоширеніші етностилі, які застосовуються в оформленні інтер'єрів готельних комплексів.

14. Розкрийте роль колірного вирішення у формуванні естетичного комфорту готельних приміщень. Які чинники враховують при виборі кольорової гами для оздоблення приміщення?

15. Які види освітлення використовуються у готельних комплексах?

16. Охарактеризуйте вплив озеленення та інших засобів на оформлення приміщень і житлових номерів.

8. ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ

8.1. Характеристика санітарно-технічного устаткування.

- 8.1.1. Облаштування господарсько-питного водогону та каналізації.
- 8.1.2. Протипожежний водогін та системи пожежогашіння.
- 8.1.3. Гаряче водопостачання готельних комплексів.
- 8.1.4. Системи опалення в готелях.
- 8.1.5. Кондиціонування і вентиляція повітря.
- 8.1.6. Централізоване видалення пилу.
- 8.1.7. Системи сміттєвидалення.

8.2. Ліфтове устаткування.

8.3. Електроустаткування.

8.4. Слабкострумове господарство.

8.5. Торгово-технологічне устаткування ресторанів, кафе, барів при готельних комплексах.

Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів

Сучасні готелі оснащені складним інженерно-технічним устаткуванням, яке забезпечує високий рівень комфорту і максимальні зручності. Підтримання його в робочому стані забезпечується відповідними технологіями. Різні шуми, вібрації, недостатнє або надмірне освітлення, тепловиділення або виділення вологи, наявність у споруді шкідливих речовин завдають шкоди здоров'ю персоналу і проживаючих.

Інженерно-технічне устаткування готельних комплексів складається з:

- *санітарно-технічного* (водогін, каналізація, гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване видалення пилу, сміттєпровід, білизнопровід);
- *ліфтового господарства* (пасажирські, службово-господарські і вантажні ліфти, а також ескалатори);
- *енергетичного господарства* (ліфти, вентилятори, насоси та ін., що працюють від силових мереж із напругою 380 вольт, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж із напругою 220 або 127 вольт);

- *слабкострумкових пристроїв автоматики* (телеантени і телевізори, установки радіофікації, телефонізації, часофікації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації, диспетчерської служби, кіноустановки);
- *торгово-технологічного устаткування.*

8.1. Характеристика санітарно-технічного устаткування

8.1.1. Облаштування господарсько-питного водогону та каналізації

Однією з основних проблем є постачання готельного комплексу водою для питних і господарських потреб та у зв'язку з цим оснащення споруди відповідним водогінно-каналізаційним устаткуванням. Готельні споруди, що будуються на освоєних територіях, забезпечуються водою від міської водогінної мережі. Невеликі ж об'єкти (пансіонати, бази відпочинку в курортних місцевостях) будуються на неосвоєних територіях, мають самостійне водопостачання з річок, свердловин або колодязів.

Водогінна мережа забезпечує будівлю готельного комплексу водою для питних і господарсько-виробничих потреб. Разом із забезпеченням готелю холодною водою діють системи гарячого і пожежного водопостачання.

Якість і температура води, що подається до готельного комплексу, повинні відповідати вимогам стандартів. Витрати води обчислюються окремо для систем холодного і гарячого водопостачання. На одного мешканця готелю може припадати до 300 л води на добу. Фактичне споживання води також розраховується витратою води по місцях водозабору (у номерному фонді, по окремих допоміжних приміщеннях – у пральні, сауні, басейні, на кондиціонування тощо). Розраховується питома витрата води з розрахунку на одиницю пропускної спроможності готельного комплексу.

Водопровідна вода в готельних об'єктах, будинках відпочинку, пансіонатах тощо повинна бути придатна для пиття незалежно від того, для яких цілей вона використовується. Придатність визначається лабораторіями санітарно-епідеміологічного нагляду. Водопровідна вода з міської мережі повинна відповідати всім вимогам і при цьому не має бути потреби у застосуванні додаткових засобів

для поліпшення її якості.

Внутрішня водогінна система складається з таких *елементів*:

- вводу (перпендикулярного до будівлі відрізка труби від зовнішньої магістралі до водомірного вузла);
- водомірного вузла, головною частиною якого є водомір, що служить для обліку витрат води;
- водопровідної мережі будівлі з арматурою від водомірного вузла до місць споживання;
- водонапірно-запасних баків, які встановлюються в найвищій точці системи, що дозволяє створити не тільки певний запас води, але й необхідний тиск у внутрішній мережі, а це забезпечує безперебійну подачу води в найвищі і найвіддаленіші точки водорозбору, незалежно від тиску води в зовнішній магістралі;
- насосів, що служать для подачі води у внутрішню мережу, коли тиск води в зовнішній мережі для цього недостатній.

У тому випадку, коли міський тиск не забезпечує подачу води до верхніх водорозбірних точок, в будівлі готелю передбачається водопідкачування. Існують *два види підкачування*: у часи пік і постійне. Підкачування в часи пік проводиться з допомогою насосу, встановленого на ввіді, і здійснюється, як правило, в автоматичному режимі. Якщо міський тиск постійно не забезпечує цілодобову подачу води до верхніх водорозбірних точок, передбачається постійне підкачування, тобто цілодобове.

За призначенням внутрішній водогін буває *господарсько-питним, виробничим і протипожежним*. У готелях виробничий водогін практично не застосовується.

Каналізаційне устаткування готельних об'єктів тісно пов'язане з водопровідним як із погляду проектування, так і експлуатації. Каналізаційними трубами відводять забруднену воду (з кухні, лазень, пральні, басейнів тощо) та атмосферні опади (дощові та при таненні снігу).

Каналізаційні стоки через різні санітарні пристрої (раковини, умивальники, унітази, решітки в підлогах) потрапляють по відповідних трубах у колектор міської мережі або у власну мережу. Оскільки під час відведення стоків у трубах відбуваються процеси гниття, то між відведенням і кожним приймачем стічних вод вста-

новлюють сифони, що перешкоджають потраплянню газів з мережі в приміщення. Надходження ж повітря (кисню) в труби здійснюється за допомогою витяжних труб, які виводяться вище за покрівлю споруди – це т.зв. відкрита каналізаційна деаерація.

Каналізаційні труби поділяються на *горизонтальні, вертикальні та відгалужені*. Головний канал сполучає будівлю з вуличною каналізацією.

Каналізаційні та водогінні труби, а також їхній захист можуть бути замасковані, проте легкодоступні для обслуговування. Вертикально і горизонтально прокладені каналізаційні труби необхідно ретельно і щільно з'єднувати для запобігання затопленню готельних номерів та ресторанних залів, газовиділенню через нещільне з'єднання каналізаційних труб і підмиванню фундаментів будівель.

Відвідні труби потрібно згрупувати і прокладати так, щоб до них був забезпечений доступ з усіх боків; не бажано прокладати їх через приміщення, що відвідуються найчастіше. Варто також передбачити додаткові відгалуження, які могли б використовуватися за потреби. Підбір діаметрів і перетинів каналізаційних відведень приймаються відповідно до діючих санітарних норм і правил.

8.1.2. Протипожежний водогін та системи пожежогасіння

Протипожежний водогін створюється в кількох варіантах: найчастіше як самостійна система внутрішнього водопроводу, проте бувають і спільні з господарсько-питним або виробничим водогоном.

Система протипожежного водогону складається з мережі магістральних трубопроводів і стояків (розподільчих ліній), пожежних кранів, а за необхідності й водонапірних установок (насосів, водонапірних баків, пневматичних пристроїв).

Пожежні крани розміщують на стояку вентиляції в навісних або вбудованих шафах на висоті 1,35 м від підлоги. Вони встановлюються в легкодоступних місцях – вестибулях, коридорах, проходах, сходових майданчиках будівлі готелів.

Норма витрати води і кількість струменів залежать від місткості, висоти і призначення будівлі. На один струмінь мінімальна витрата води нормується від 2,5 до 5 л/с; а розрахункова кількість компактних струменів – від 1 до 8.

Електродвигуни насосів повинні безперерійно постачатися від двох незалежних один від одного джерел живлення.

У системах водопроводу з водонапірними баками *недоторканий протипожежний запас води* дорівнює кількості, необхідній для гасіння пожежі впродовж 10 хвилин при ручному або автоматичному включенні пожежних насосів.

Автоматичні системи пожежогасіння бувають спринклерними і дренчерними. *Спринклерні* установки є змонтованою розподільчою системою труб, що знаходиться під перекриттям захищеного приміщення, із вмонтованими в неї спринклерними головками (розприскувачами), які спрацьовують при температурі 72, 93, 141, 182 °С. Труби розподільчої мережі перебувають постійно під тиском і забезпечуються водою автоматично. *Дренчерні* установки, на відміну від спринклерних, обладнані розприскувачами-дренчерами. Якщо в перших установках розкриваються тільки ті спринклери, що розташовані над вогнищем пожежі, то в дренчерних – вода надходить відразу з усіх дренчерних головок.

8.1.3. Гаряче водопостачання готельних комплексів

Системи гарячого водопостачання (ГВП) бувають із централізованим і децентралізованим, місцевим приготуванням гарячої води, яка витрачається на побутові і виробничі потреби.

Система гарячого водопостачання охоплює установку для нагрівання холодної води до температури не вище 75 °С і мережу розвідних трубопроводів. З цієї метою використовуються швидкісні проточні водонагрівачі. Вода в них протікає зі значною швидкістю через нагрівальні трубки, які підігріваються водою з тепломережі, що проходить усередині корпусу водонагрівача і омиває їх.

Системи централізованого гарячого водопостачання класифікуються за способом:

а) *подачі води споживачам* – закрита, тобто без розриву струменя (під натиском зовнішнього водопроводу) і відкрита – з баками-акумуляторами;

б) *акумуляції гарячої води* – з баками-акумуляторами і без них;

в) *циркуляції* – з природною циркуляцією, примусовою і змішані.

Централізована система гарячого водопостачання включає:

водопідігрівачі; мережу, що складається з трубопроводів, які подають і розподіляють воду, та циркуляційних (зворотних), мережного устаткування (компенсаторів, обладнання для відведення повітря, водозабірної, запобіжної арматури); регулюючі та контрольні-вимірювальні пристрої (регулятори витрати і тиску, термореле та ін.); циркуляційні насоси.

Внутрішні системи ГВП можуть бути *тупиковими* і *циркуляційними*. Перші характеризуються тим, що вода, яка надійшла до стояка, в разі відсутності розбору застоюється та вистигає. Це призводить до великого зливу водопровідної води. Циркуляційні системи мають стояки, які дозволяють повернути невикористану воду до бойлера для підігрівання. Ці системи значно економічніші, ніж тупикові.

Останнім часом, у зв'язку з низьким завантаженням, деякі готелі переходять на нові методи приготування гарячої води. Для цього використовуються електричні водонагрівальні прилади, які встановлюються в кожному номері.

8.1.4. Системи опалення в готелях

Система опалення в готелях повинна створювати стабільний температурний режим під час опалювального сезону та комфортні гігієнічні умови відповідно до вимог. Упродовж усього опалювального сезону система опалення повинна працювати безперебійно і при мінімальних витратах тепла забезпечувати нормальну температуру в усіх приміщеннях.

Системи опалення поділяються на місцеві і центральні. До *місцевих систем* відносять такі, де всі основні елементи об'єднані в один пристрій. Такими системами є печі, газове і електричне опалення. Радіус їхньої дії обмежений одним або двома суміжними приміщеннями.

У *центральных системах* джерело тепла винесене за межі опалювальних приміщень або взагалі за межі будівлі.

У готельних комплексах застосовують такі *системи опалення*:

1. *Водяне опалення*. Найпростішим для обслуговування і найдешевшим з експлуатаційної точки зору в невеликих готельних комплексах, об'єм яких не перевищує 10 тис. м², є водяне гравіта-

ційне опалення. Для великих об'єктів застосовується насосне водяне опалення, що ґрунтується на примусовій циркуляції води в нагрівальних пристроях.

2. *Опалення парою низького тиску* найчастіше використовується в установках нагрівання води, пральних установках і окремих апаратах (пароповітряних апаратах, протипожежних установках, сушарках), а також у кухнях чи варильних котлах. Пара має тиск до 0,5 атмосфер і температуру до 110 °С.

Принцип дії даної системи опалення полягає в генерації пари в котлах. Ця пара підводиться по трубах до опалювальних пристроїв, де конденсується. Конденсат відводиться по трубі безпосередньо в котел або в конденсаційний бак; звідти вода перекачується в паровий котел і знову піддається випаровуванню.

3. *Повітряне опалення*. Опалення виробничих приміщень і торгових залів ресторану повітрям проводиться за допомогою вентиляційних установок, які одночасно виконують роль вентиляції та опалення. Для опалення використовуються пароповітряні апарати, обладнані нагрівачем, до якого підведена пара низького тиску, і вентилятором, які працюють за принципом засмоктування повітря з приміщення або ззовні.

4. *Променеве опалення*. У цьому випадку нагрівальні канали розміщуються в конструкції стель, у панелях стін, підлозі чи перегородках. При променевому опаленні нагріваються поверхні будівельних конструкцій (стеля, стіна), які передають тепло повітрю. Температура поверхні обігріву коливається в межах 30-50 °С.

5. *Калориферна система* не тільки нагріває повітря, але й зволожує та очищає його за допомогою спеціальних фільтрів.

У багатьох готельних комплексах успішно застосовується електроопалювальна система під покриттям підлоги.

Теплопостачання готельних комплексів від тепломереж здійснюється за договором із постачальником тепла споживачам. Розрахунок за теплопостачання залежить від об'єму приміщень і витрат гарячої води. У випадку такого теплопостачання більшість готельних комплексів обладнують вузли обліку теплових ресурсів, що знижує витрати.

8.1.5. Кондиціонування і вентиляція повітря

Сучасне інженерно-технічне обладнання здатне створювати в готелях будь-які параметри повітряного режиму, що забезпечують повний екологічний комфорт людини. Це устаткування дозволяє збагачувати повітря киснем, нагрівати його або охолоджувати, сушити або зволожувати, очищати від пилу або інших забруднень, ароматизувати. З цієї метою використовуються спеціальні установки, які називаються *кондиціонерами*. Нагадаємо, що температура в номері повинна становити 18-20 °С, вологість повітря – 40-45 %, швидкість руху повітря – 0,25 м/с. Створення в приміщенні необхідних кліматичних умов (температури, відносної вологості, швидкості руху повітря), незалежно від зовнішніх кліматичних умов і внутрішніх чинників (тепло- і вологовиділення людьми й устаткуванням, газо- і паровиділення), називається **кондиціонуванням повітря**.

Залежно від радіуса дії системи кондиціонування поділяються на *центральні*, що обслуговують багато приміщень, і *місцеві* – для обслуговування одного приміщення.

Центральні системи кондиціонування повітря обладнують великими центральними кондиціонерами, що встановлюються в спеціально відведених приміщеннях мінімальною площею 140 м², висотою до 10 м. Центральні кондиціонери встановлюються для подачі повітря в торгові зали ресторанів, банкетні зали, конференц-зали, виробничі і житлові приміщення. До комплекту кондиціонерів входять пристрої автоматичного і дистанційного управління.

При *місцевому кондиціонуванні повітря* компактний кондиціонер встановлюється в приміщенні, яке обслуговується.

Кондиціонування повітря передбачається через неможливість використання природної вентиляції (відкриті вікна в літній час) через надмірний вуличний шум, що заважає роботі, забруднення повітря в приміщеннях або великі швидкості вітру при підвищеній поверховості. У кондиціонері обробляється тільки зовнішнє повітря, змішане із внутрішнім рециркуляційним, а також внутрішнє повітря.

Для систем кондиціонування повітря потрібна велика кількість холоду в літній період. Холодопостачання може здійснюва-

тися від природних або штучних джерел. До *природних джерел* належать артезіанські води, що залягають на глибині 25-30 м від поверхні землі і мають температуру +5 °С, а також лід. До *штучних джерел* відносять охолоджену воду, що надходить від холодильних установок із температурою +7 °С. Охолоджувальні пристрої обладнуються компресорами з випарно-конденсаторними агрегатами. У перехідний і зимовий періоди охолоджувальні машини не працюють. Санітарна норма свіжого повітря становить 20 м³/год на одну людину.

Обмін повітря в житлових номерах, виробничих приміщеннях, готельних, ресторанных залах і кафе необхідний для створення комфортних умов для гостей і персоналу. За допомогою **вентиляції** здійснюється обмін повітря: видаляється забруднене повітря, що містить надмірну кількість двоокису вуглецю, водяної пари та пилу, і подається свіже повітря, збагачене киснем.

Практично всі великі готелі обладнані системами вентиляції повітря. **Системи вентиляції** класифікуються: за *призначенням* – на припливні і витяжні; за *способом переміщення повітря* – на природні і механічні; за *способом організації повітрообміну* – на місцеві і загальнообмінні.

Належний і швидкий обмін повітря забезпечується природною або механічною вентиляцією. *Природна вентиляція* складається з аерації (провітрювання через вікна, квартирки, балконні двері) і канално-гравітаційної вентиляції (через шахти, трубопроводи, що виходять на дах, і вентиляційні решітки в приміщеннях за рахунок різниці температур). Ця система найчастіше застосовується в номерах, ванних кімнатах, загальних санвузлах і деяких складах. Основною умовою обміну повітря на основі гравітаційної системи є різниця тиску, що виникає між повітрям, яке знаходиться всередині, і повітрям зовні. Залежно від співвідношення тиску, у вентиляційних каналах виникає природна повітряна тяга, що викликає провітрювання приміщень.

Механічна вентиляція застосовується там, де необхідний сильний обмін повітря, причому перевагою установок цього типу є незалежність від зовнішніх атмосферних умов (температури, вологості, вітру і тиску): у виробничих приміщеннях, ресторанных

залах, залах кафе, в кухнях, пральних і машинних відділеннях.

Розрізняють витяжну механічну вентиляцію і припливно-витяжну. При *витяжній механічній вентиляції* забруднене повітря видаляється з приміщень вентилятором, а свіже надходить через пори стін або спеціально залишені канали та отвори в стінах і покриттях, а також через вентиляційні припливні решітки. При *припливно-витяжній* у приміщеннях вмонтовуються окремі вентилятори, що викликають рух і обмін повітря, або встановлюється вентиляційна припливна і витяжна установка, в якій повітря подається і видаляється різними каналами, а регулювання притоку повітря здійснюється за допомогою решіток. Така установка складається з каналів і вентиляторів, а засмоктування повітря відбувається за допомогою системи, яка забезпечена очисними, нагрівальними і зволожуючими пристроями.

Вентиляція житлових номерів, ванних кімнат і санвузлів здійснюється за допомогою вертикальних витяжних каналів. У виробничих приміщеннях ресторану природна вентиляція за допомогою витяжних каналів є недостатньою. Виділення великої кількості тепла та вологи кухонними машинами та пристроями потребує влаштування механічної припливно-витяжної вентиляції. Вентиляційні решітки повинні розміщуватися над джерелами пароутворення і тепла. Над основною кухонною плитою встановлюють вентиляційний навіс, призначення якого – відведення пари і тепла, що утворюються під час приготування їжі.

Приміщення торгових залів ресторанів, кафе і коктейль-барів, а також винних погребів повинні обладнуватися самостійною механічною вентиляцією. Важливу роль у таких випадках відіграє їхня висота. Низькі торгові зали потребують обладнання їх дорогими вентиляційними установками.

У приміщеннях пралень вентиляційні установки є або самостійними пристроями, що відводять тепло і випаровування безпосередньо від машин і пральної техніки, або складовою частиною машин. Сучасна готельна пральня повинна мати вентиляцію, яка обслуговується власним централізованим машинним відділенням. У приміщеннях, де переться білизна і накопичується пара, застосовують пристрої для її видалення, що складаються з вентилятора

і нагрівача. Провітрювання пралень шляхом відкриття вікон небажане, особливо в зимовий період.

У холодильниках циркуляція повітря здійснюється на основі гравітації або за допомогою вентиляторів. Склади, призначені для зберігання продуктів і різних матеріалів, потребують відповідного обміну повітря, який повинен здійснюватися 3-6 разів на добу.

Можливими дефектами і несправностями вентиляційних пристроїв можуть бути відсутність або пошкодження витяжних решіток і рамок для них, негерметичність збірних шлакогіпсових вертикальних коробів, засмічення вентиляційних каналів уламками цегли чи розчином, пошкодження чи відсутність над вентиляційною шахтою захисної парасольки або дефлектора (насадка на витяжній трубі). Під час сильних морозів вентиляцію вимикають.

8.1.6. Централізоване видалення пилу

У великих готелях, насичених килимовими виробами, застосовуються *централізовані системи видалення пилу*.

Принципи дії системи централізованого видалення пилу такі:

- у підвальних приміщеннях готелю встановлюється станція видалення пилу, що складається з водокільцевого вакуумного насосу, гідравлічних фільтрів (барботерів), сітчастих фільтрів, стояків зі штуцерами для приєднання гнучкого шланга з насадкою, за допомогою якого проводиться очищення поверхонь від пилу і бруду;
- стояки прокладаються в стінах коридорів і проходять до найвищих номерів готелю;
- зволожений пил, потрапляючи в прийомну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію.

8.1.7. Системи сміттєвидалення

Для зручності *видалення сміття* з поверхів у готелях високою 3 поверхи і більше застосовуються спеціальні пристрої, що називаються *сміттєпроводами*. Основними елементами останніх є: стовбур із завантажувальними клапанами, розташованими на кожному поверсі; сміттєприймальний бункер, який знаходиться в нижній частині будівлі готелю.

Стовбур і всі його нерухомі з'єднання повинні бути вологостійкими, димо- і повітронепроникними, внутрішня поверхня стовбура має бути гладкою. Стовбур сміттєпроводу повинен відокремлюватися від будівельних конструкцій готелю звукоізолюючими прокладками, забезпечуватися вискоєфективною системою вентиляції, а також обладнанням для чищення і миття.

Завантажувальні клапани повинні мати розміри, які виключають скидання предметів, більших від перерізу стовбура. Вони мають легко відкриватися, зніматися і водночас бути герметичними.

Стіни сміттєприймальних камер (бункерів) облицьовуються плиткою, стелі фарбуються масляною фарбою. До бункера має бути проведена гаряча і холодна вода для його промивання.

Сміття транспортується спецмашинами, в деяких із них є дробарки, що подрібнюють сміття до фракцій піщинок.

У деяких країнах Європи і в США застосовується *пневматичне видалення сміття*. Ця система передбачає прокладення спеціальних сміттєпроводів діаметром 500-600 мм, виконаних із високоміцної сталі, прокладених під землею на великій відстані. У перевантажувальних пунктах сміття пресується і завантажується в контейнери, а потім відправляється на сміттєспалювальні або сміттєпереробні заводи.

Гідравлічний спосіб видалення сміття передбачає його подрібнення в дробарках і спуск у каналізацію. Цей спосіб менш ефективний, оскільки перевантажує каналізацію і за санітарно-гігієнічними показниками поступається пневматичному методу.

8.2. Ліфтове устаткування

Серед проблем, які архітектор повинен вирішувати при проектуванні готельного комплексу, є проблеми, пов'язані із застосуванням ефективного та економічного ліфтового устаткування. Як свідчить досвід, правильний вибір кількості та якості ліфтів багато в чому визначає економічність проектного рішення.

Національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» передбачає обов'язкову наявність ліфтів у готелях висотою більше одного, двох і трьох поверхів залежно від їхньої категорійності (див. додаток А).

Ліфтами називаються підйомні пристрої циклічної дії, призначені для вертикального транспортування людей і вантажів у будівлях різного призначення. Ліфти бувають *пасажирськими*, *вантажопасажирськими* і *вантажними*. За швидкістю підйому вони поділяються на *тихохідні* – зі швидкістю підйому 1 м/с, *швидкохідні* – 1,5 м/с, і *швидкісні* – понад 1,5 м/с. Ліфти розрізняються також за вантажопідйомністю.

Службові ліфти використовуються для перевезення багажу і для різних службових і господарських потреб, поблизу них обладнуються буфетні, білизняні та інші господарські приміщення.

Підйомники пов'язані з цокольним і підвальними поверхами, де розташовані машинні відділення, ремонтні майстерні, складські приміщення. Найбільшу пропускну здатність з усіх видів механічного транспорту має ескалатор. Пропускна здатність ескалатора шириною 85 см перевищує пропускну здатність сходів аналогічної ширини в 4-5 разів.

Для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів рекомендується передбачити дві групи ліфтів, що зупиняються на парних і непарних поверхах.

Для безпечної роботи ліфта передбачені такі *пристрої* і *прилади*:

- уловлювачі (спеціальні пристрої, що захоплюють та утримують кабіну ліфта на рейках у разі обриву робочих канатів або неприпустимо великої швидкості руху кабіни);
- гальма, що утримують систему «кабіна-противаги» в нерухомому стані при відключеному двигуні, тобто при зупинці;
- кінцеві вимикачі, що обмежують рух кабіни вгору і вниз за межі передбачених поверхів споруди;
- автоматичні замки, що фіксують двері шахти в закритому положенні за відсутності кабіни на даному поверсі;
- дверні контакти, що не дозволяють рухатися кабіні при відкритих дверях;
- сигнальні лампи, що попереджають про те, що кабіна ліфта зайнята;
- дзвінок або телефон (мікрофон) виклику електромеханіка у разі несправності ліфта та ін.

Рух кабіни ліфта здійснюється в спеціальній шахті.

Управління пасажирськими ліфтами, як правило, кнопкове, а вантажними – як кнопкове (з провідником або без нього), так і за допомогою пульта.

Обслуговування ліфтів забезпечується електромеханіками (не молодше 18 років), що пройшли медичний огляд і мають практичний стаж роботи з ліфтами не менше шести місяців.

Перед запуском ліфтів в експлуатацію їх випробовують, управляючи ними з кабіни, а також шляхом натискування кнопок виклику, встановлених на поверхах готелю. Якщо ліфт працює задовільно, проводять статичні і динамічні випробування. При *статичному випробуванні* кабіну завантажують вантажем, маса якого вдвічі перевищує вантажопідйомність ліфта. З таким вантажем кабіна має перебувати в нерухомому стані впродовж 10 хвилин. При цьому кабіна не повинна довільно опускатися. Так перевіряють дію гальм механічних вузлів ліфта.

Для *динамічного випробування* ліфта кабіну завантажують вантажем, маса якого повинна бути на 10 % більшою від вантажопідйомності ліфта. З таким вантажем перевіряють дію уловлювачів, гальм і буферів при робочій швидкості.

Результати статичних і динамічних випробувань інспектор державного технічного нагляду заносить у паспорт ліфтів і дає письмовий дозвіл на експлуатацію.

8.3. Електроустаткування

Освітлення номерного фонду і місць загального користування сучасних готельних комплексів, а також слабкострумові пристрої, за допомогою яких можна задовольнити зростаючі потреби клієнтури в комфорті та сприяти раціоналізації обслуговування й управління готельним комплексом, мають особливу важливість. Чим вищий комфорт, тим складніша робота, пов'язана з підготовкою персоналу, контролем за його роботою та її умовами. Впровадження передової техніки та устаткування може сприяти скороченню штату при раціональному розподілі та групуванні цих пристроїв.

У системі електропостачання готельних комплексів передбачені дві ізольовані схеми – від основного джерела і резервна (аварійна).

Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» для готелів категорії 3*, за відсутності централізованого аварійного електропостачання, передбачається наявність стаціонарного генератора, що забезпечує електричним струмом основне освітлення і роботу устаткування (зокрема, ліфтів) упродовж не менше 24 годин, а для готелів категорії 4* і 5* – стаціонарного генератора, який забезпечує роботу всього енергоспоживаючого обладнання.

Штучне освітлення готельних комплексів умовно можна поділити на три частини:

- репрезентативна частина із громадськими приміщеннями (вхідні вестибулі, бюро оформлення готельної документації, різні салони, холи, ресторани тощо), освітлення яких значною мірою залежить від архітектури інтер'єрів, що визначаються смаком архітектора і традиціями країни;

- номерний фонд готельних комплексів і загальні коридори, що займають найбільшу частину площі (60-80 %);

- площа, зайнята технічними приміщеннями, кухнями, пральнями тощо.

Для тих приміщень, де освітлення відіграє важливу роль у створенні певного інтимного середовища, переважно використовують лампи розжарювання, оскільки колір цих джерел найтепліший і найприємніший.

Люмінесцентне освітлення найкраще застосовувати там, де світло горить безперервно або де потрібні високі рівні освітленості, тобто в приміщеннях, призначених для технічного устаткування, в кухні, пральні та службових коридорах.

Вмикання і вимикання освітлення громадських приміщень повинні здійснюватися централізовано із спеціальних пунктів або щитів, розташованих поза шляхами евакуації. У коридорах і громадських приміщеннях повинна бути передбачена мережа розеток для живлення побутових електроприладів.

У готелях електропостачання повинно мати дві схеми розгалужень: основне та чергове. *Чергове* електроосвітлення, що становить приблизно 30 % від основного, необхідно включати з метою економії електроенергії в нічний час і в часи відпочинку гос-

тей. Цими мережами забезпечується освітлення коридорів, сходів, під'їздів, вестибулів, гардеробів, камер схову, радіовузла, пожежних покажчиків, кас, станцій пожежної та охоронної сигналізації, реклам і телефонних кабін. Для вмикання і вимикання основного та чергового освітлення потрібно застосовувати реле часу та автоматичні фотовимикачі.

8.4. Слабкострумове господарство

Слабкострумові пристрої раніше застосовувалися лише трьох видів: телефон, сигнал виклику (внутрішня готельна сигналізація), електрогодинники. Сьогодні їх значно більше і вони дозволяють (разом з обслуговуванням клієнтів) управляти готельним комплексом. До їх числа входять телекомунікаційні пристрої – телефон, селектор, телекс, сигналізація і виклик, пошукова система, пневматична пошта і радіотрансляційна мережа. Всі вони або їхня частина застосовуються залежно від призначення, місткості та категорії готельного комплексу.

Радіофікація великих готелів здійснюється від власного радіовузла, в якому вмонтовується декілька блоків підсилювачів для трьохпрограмного радіомовлення і музичного оформлення об'єктів харчування та суспільних приміщень. Доцільно біля радіовузла розміщувати радіомайстерні для ремонту радіотелевізійної апаратури, а також студії звукозапису для складання музичних програм і рекламної інформації. З радіовузла по окремій лінії передається й інформація для працівників готелю. З цією метою в радіовузлі встановлюється мікрофон і окремий підсилювач.

Телефон – один із найнеобхідніших пристроїв як для клієнтів, так і для адміністрації. Тип готельної телефонної станції залежать від кількості абонентських точок, призначення готельного комплексу і його розташування.

У готельних комплексах вищих категорій варто проектувати напівавтоматичні телефонні станції з двома групами номерів: однією – для житлових номерів, іншою – для адміністрації. У сучасному готельному комплексі телефон повинен бути у кожному готельному номері. У номерах підвищеної комфортності (багатокімнатних) у ванній кімнаті додатково встановлюється ще один телефонний апа-

рат без набору номера, паралельний з телефоном у номері.

Телевізорами комплектуються всі номери готелю відповідно до вимог Національного стандарту ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»: в одно-двозіркових готелях телевізори встановлюються в номерах на прохання гостя, а починаючи з категорії 3 зірки кольорові телевізори повинні бути в усіх номерах. У 4-5* готелях є можливість приймання програм основних телекомпаній світу і готельного відео каналу з дистанційним управлінням. Не рекомендується в одно- і двомісних номерах встановлювати великогабаритні телевізори. Для зручності ремонту асортимент телевізорів повинен бути мінімальним. У номерах дозволяється проводити огляд телевізорів і малий ремонт. У решті випадків ремонт потрібно здійснювати в майстерні.

У кінозалах, бізнес-центрах, концертних залах, конференц-залах необхідно обладнати *стаціонарні підсилювальні установки* з декількома мікрофонами на сцені і в залі. У цих приміщеннях необхідно мати електророзетки для увімкнення мультимедійних та інших пристроїв і нестаціонарних кіноустановок.

Згідно з вимогами вищезазначеного стандарту, охоронна сигналізація або електронні засоби контролю за безпекою номерів передбачаються тільки в п'ятизіркових готелях.

Кожен номер готелю обладнується дзвінками і кнопками *сигналізації, автоматизації*. Клієнти готелю, не виходячи з кімнати, можуть викликати покоївку, чергову по поверху, офіціанта. У ванній встановлюються сигнальні дзвінки на випадок поганого самопочуття під час купання. Вони виробляються у вигляді шнура, щоб уникнути враження струмом. Спеціальний автоматичний пристрій дозволяє відчинити двері номера, не підходячи до них, увімкнути або вимкнути світло, не встаючи з ліжка. Вимикачі і кнопки автоматичного відкривання дверей бажано встановлювати біля ліжка, розетку для вмикання пілососа – біля дверей, розетку для радіо і настільної лампи – біля письмового столу, для пристроїв для гоління і фена – біля дзеркала у ванній.

Особлива увага повинна приділятися обладнанню приладами сигналізації і зв'язку місця чергового адміністратора у вестибулі. Оформлення прибулих у готель, збереження і видача документів,

ключів від номерів і кореспонденції здійснюється централізовано. Тому дуже важливо забезпечити за допомогою слабкострумових установок зв'язок головного адміністратора з робочими місцями чергових по поверху.

У великих готелях застосовується автоматизована система обліку номерного фонду і розрахунків із гостями і службовцями через обчислювальний центр.

Усі об'єкти готелю необхідно забезпечити *засобами пожежної автоматики*: електричної пожежної сигналізації, спринклерними і дренчерними установками, радіоустановками про пожежу.

Пристрій пожежної сигналізації складається з центрального пожежного пункту, що подає звуковий або зоровий сигнал про пожежу або небезпеку пожежі, а також із пожежних сигналів.

Системи електричної пожежної сигналізації можуть бути автоматичними, ручними або змішаної дії.

З метою централізації управління і контролю за роботою інженерного устаткування за допомогою засобів автоматики, телемеханіки і зв'язку у великих готелях організується *диспетчерська служба*. На диспетчерському пульті потрібно встановлювати пристрої з певним резервом для підключення нового устаткування.

Для нормальної і безперебійної роботи котельних теплових пунктів, радіовузлів, диспетчерських пультів необхідно мати другий (запасний) комплект контрольно-вимірювальних приладів на час ремонтів, перевірок і опломбування працюючих пристроїв. Усі прилади, як і устаткування, повинні мати інвентарні номери, відповідати паспортам.

8.5. Торгово-технологічне устаткування ресторанів, кафе, барів

Торгово-технологічне устаткування залежно від його призначення можна поділити на декілька **груп**:

- механічне;
- теплове;
- холодильне;
- навантажувально-розвантажувальне;
- торгове.

Механічне устаткування охоплює машини, призначені для механічної або гідромеханічної дії на об'єкти. До них належать: машини для обробки картоплі та овочів, риби, м'яса, приготування тіста та кремів, нарізування хліба й гастрономічних продуктів, миття столового посуду і начиння, а також універсальні машини з комплектом механізмів, що знімаються.

Теплове устаткування призначене для теплової обробки продуктів. До нього відносять:

- > плити, що працюють на різних видах енергоносіїв (тверде, рідке, газоподібне паливо, електроенергія);
- > апарати для готування їжі: казани, автоклави, пароварильні апарати, апарати для смаження й випічки (шафи для смаження, печі, сковороди, фритюрниці, грилі тощо), шашликові апарати, кип'ятильники, водонагрівачі, кавоварки, апарати для теплової обробки продуктів у полі надвисокочастотних електромагнітних коливань та інфрачервоного випромінювання;
- > допоміжні теплові апарати, зокрема марміти, теплові стійки, термоси, термоконтейнери, лінії прилавоків самообслуговування;
- > модульне теплове устаткування для обслуговування за методом «шведського столу».

Холодильне устаткування призначене для зберігання продуктів, що швидко псуються, при низькій температурі. Воно охоплює: стаціонарні холодильні камери, збірно-розбірні холодильні камери, холодильні шафи, прилавки, прилавки-вітрини, охолоджені торгові автомати.

Навантажувально-розвантажувальне устаткування призначене для механізації навантажувально-розвантажувальних робіт. До цього виду устаткування відносять: роликові доріжки, чи електроталі, ліфти, самохідні візки, навантажувачі, стрічкові, пластинчасті, роликові конвеєри та інші засоби механізації.

Торгове устаткування призначене для прийому і продажу сировини, готової продукції, розрахунку з покупцями. У сфері харчування також застосовуються ваги, контрольно-касові апарати, торгові апарати та комп'ютери.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Назвіть складові частини інженерно-технічного устаткування готельних комплексів.

2. Розкрийте особливості водопостачання готелів. З яких елементів складається внутрішня водогінна мережа в готельних комплексах. Як поділяються водогони за призначенням?

3. Охарактеризуйте принципи дії протипожежних водогонів та систем пожежогасіння у готельних комплексах.

4. Які системи гарячого водопостачання використовуються у готелях?

5. Дайте характеристику систем опалення, що використовуються у готельних комплексах.

6. Назвіть види кондиціонування повітря у готелях. Які вимоги ставляться до центральних систем кондиціонування? Назвіть джерела холодопостачання для систем кондиціонування.

7. Охарактеризуйте принципи дії природної та механічної вентиляції повітря у готельних комплексах.

8. Розкрийте суть централізованого видалення пилу у готелях.

9. Які види сміттєвидалення застосовуються у готельних комплексах різних країн світу?

10. Дайте характеристику ліфтового господарства готелів. Назвіть основні пристрої і прилади, необхідні для безпечної роботи ліфтів. Як здійснюється статичне і динамічне випробування ліфтів?

11. Охарактеризуйте електроустаткування готельних комплексів залежно від їхньої категорії.

12. Які групи торгово-технологічного обладнання виділяють у закладах харчування при готелях? Охарактеризуйте їх.

9. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ СЛУЖБ

9.1. Підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів.

9.2. Склад і функції готельних служб.

9.2.1. Організація вищої управлінської ланки готельного комплексу.

9.2.2. Служба управління номерним фондом (служба обслуговування).

9.2.3. Служба організації харчування.

9.2.4. Інженерно-технічна служба готельного комплексу.

9.1. Підходи до класифікації служб і відділів готельних комплексів

Служби і відділи готелів можуть бути класифіковані відповідно до різних методів роботи. Згідно з одним методом, служби і відділи готелів поділяються на ті, що приносять **прямі і непрямі прибутки**. Служби, що дають *прямий прибуток*, продають гостям безпосередньо послуги і товари. Це такі служби як: прийому і розміщення гостей, організації харчування, магазини та кіоски роздрібною торгівлі, сауни тощо. Господарський відділ, бухгалтерія, плановий відділ, відділ кадрів, інженерно-технічна служба є підрозділами, що приносять *непрямі прибутки*.

Для класифікації структурних підрозділів готелів можуть використовуватися й такі терміни, як **зовнішні і внутрішні служби**. *Зовнішні служби* – це служби, де працівники мають безпосередній (прямий) контакт із гостями готелю (служба прийому та розміщення, служба громадського харчування). *Внутрішні служби* – це служби, працівники яких практично не мають прямого контакту із гостями (інженерно-технічна служба, бухгалтерія, відділ кадрів).

Крім того, підрозділи можуть бути зорієнтовані:

- ◆ на виробництво продукції (пральня, кухня);
- ◆ на надання послуг (служба покоївок, ресторан);
- ◆ на інформаційне обслуговування (відділ бронювання, відділ портє).

Готельні служби залежно від близькості контакту з гостем розташовані на **двох рівнях** (див. рис. 3). На *першому рівні* – служби, персонал яких безпосередньо контактує з гостем (контактні служби), на *другому* – служби, персонал яких практично не контактує з гостем (неконтактні служби).

В готельній індустрії таке розмежування служб дуже важливе, оскільки впливає на **вимоги**, що ставляться до персоналу. Найважливішими із них до працівників контактних служб є:

- ◆ охайний і привабливий зовнішній вигляд (відповідна зачіска, манікюр, макіяж, одяг, прикраси та ін.);
- ◆ бездоганна манера поведінки;
- ◆ знання етики і психології спілкування;
- ◆ комунікабельність;
- ◆ знання іноземних мов;
- ◆ обмеження віку (наприклад, для портьє з прийому – вік до 30 років).



Рис. 3. Розподіл готельних служб залежно від ступеня контакту з клієнтом

Найважливішими вимогами, які ставляться до персоналу *неконтактних* служб, є наявність спеціальної освіти і досвід роботи у даній сфері.

9.2. Склад і функції готельних служб

Головна функція готельного підприємства — надання тимчасового житла. Практично всі сучасні заклади розміщення долучають до сфери своєї діяльності надання послуг харчування туристів (частково або повний пансіон). Зважаючи на потужний розвиток процесів суспільної глобалізації, інтернаціоналізації та ди-

версифікації туристичної діяльності, сучасні готелі досить часто пропонують послуги, які умовно можна вважати додатковими: трансфери, організація розважальних заходів, побутового обслуговування, лікувально-оздоровчі процедури тощо.

Організація обслуговування в готельному підприємстві спрямовується на максимальне задоволення потреб клієнтів і має бути чітко структурованою. Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю, місцерозташуванням, специфікою клієнтури та іншими факторами. Вона є віддзеркаленням повноважень і обов'язків кожного із працівників.

Існує набір служб, обов'язкових для будь-якого готелю:

- адміністративно-управлінська служба;
- служба управління номерним фондом;
- служба організації харчування;
- комерційна служба;
- інженерні (технічні) служби;
- допоміжні та додаткові служби.

Адміністративно-управлінська служба відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням відповідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання відповідних норм і правил з охорони праці, протипожежної та екологічної безпеки.

Найчастіше до *складу цієї служби* входять: секретар, фінансова служба, кадрова служба, еколог, інспектори з протипожежної безпеки та техніки безпеки.

Служба управління номерним фондом (або відділ обслуговування) займається вирішенням питань, пов'язаних із бронюванням кімнат відповідної категорії, прийомом туристів, які прибувають до готелю, їх реєстрацією, розміщенням у кімнатах-номерах. На цю службу покладається забезпечення обслуговування туристів у номерах, підтримка належного санітарно-гігієнічного стану кімнат та рівня комфорту в житлових приміщеннях. Зважаючи на високий ступінь диверсифікації сучасних послуг гостинності, досить часто така служба займається наданням побутових послуг гостям, організацією їх відправки до транспортного центру подальшої мандрівки

або до наступного пункту туру.

Зазвичай до *складу цієї служби* входять: директор або менеджер з експлуатації номерів, служба прийому і розміщення, служба покоївок, об'єднана сервісна служба (швейцари, коридорні, гардеробники, працівники гаражного господарства), служба портьє, служба консьєржа, служба посильних, інспектор із прибирання кімнат, служба безпеки.

Служба організації харчування забезпечує обслуговування гостей у ресторанах, кафе або барах готелю, вирішує питання з організації та обслуговування банкетів, презентацій тощо. До її складу входять: кухня, ресторан(и), бар(и), кафе, служба банкетного обслуговування.

Комерційна служба (або відділ маркетингу і продажу) займається питаннями оперативного і стратегічного планування, аналізує результати господарської і фінансової діяльності. Склад служби: комерційний директор, служба маркетингу.

Інженерні (технічні) служби створюють умови для функціонування систем кондиціонування, теплопостачання, санітарно-технічного обладнання, електротехнічних засобів, служб ремонту і будівництва, систем телебачення і зв'язку. Склад служби: головний інженер, служба поточного ремонту, служба благоустрою території, служба зв'язку тощо.

Допоміжні служби забезпечують процес роботи готельного комплексу, пропонуючи послуги прання, кравецької служби, служби прибирання приміщень, служби копіювання, послуги складу тощо.

Додаткові служби надають платні послуги. До них відносять: перукарні, басейн, сауну, солярій, аерарій, спортивні заклади та ін.

Чим більший за розмірами готель, тим більш розгалужену структуру він має, оскільки збільшується кількість проміжних ланок, на які покладається функція виконання тих чи інших завдань у роботі підрозділів.

На готельних підприємствах різних типів і різної місткості кількість служб може бути більшою чи меншою, ніж наведені вище. Їхні функції можуть відрізнятися. Наприклад, тільки в струк-

турі великих готельних комплексів служби бронювання і обслуговування є самостійними структурними підрозділами. На малих і середніх підприємствах функції бронювання і обслуговування клієнтів виконують окремі співробітники служби прийому та розміщення. Це стосується і служб безпеки, маркетингу, інженерно-експлуатаційної, фінансово-бухгалтерської, комерційної.

Не існує єдиної та ідеальної моделі управління готелем. Але всі рішення зумовлені необхідністю задовольняти потреби клієнтів і спираються на загальні закономірності та елементи. В сучасних умовах система управління для того, щоб бути конкурентоспроможною, повинна бути простою і гнучкою, а також відповідати таким *характеристикам*:

- > мати невелику кількість рівнів управління;
- > повинні бути невеликі підрозділи, укомплектовані кваліфікованими спеціалістами;
- > виробляти послуги та організовувати роботи, зорієнтовані на споживачів (гостей підприємства).

Не існує ідеальної та єдиної моделі управління готелем. Але всі рішення, зумовлені необхідністю задоволення потреб клієнтів, спираються на суворо зафіксовану управлінську ієрархію. Чим більший готельний комплекс, тим розгалуженішу структуру управління він має, оскільки у ньому існують проміжні ланки, основною функцією яких є контроль.

9.2.1. Організація адміністративно-управлінської служби готельного комплексу

Незважаючи на те, що всі керівники в готельному комплексі виконують управлінські функції, їхня діяльність має певні відмінності (див. додаток Е). Вищий рівень управління представлений його *власником* і генеральним директором, які приймають загальні рішення стратегічного характеру (визначають розмір готельного комплексу, вибір місця для його будівництва, архітектуру та інтер'єр, обладнання, підбір персоналу тощо). Власником готельного комплексу може бути як приватна особа, так і ціла корпорація. До складу Правління входять керівники провідних структурних підрозділів, а їхні обов'язки впливають із функцій

служб і відділів, якими вони керують.

Оперативне управління готелем здійснюється *управляючим (директором)*, який може бути як із числа власників, так і наймаючою особою. Йому підпорядковуються всі служби готельного комплексу, він спрямовує, контролює і координує їхню діяльність з метою одержання максимально можливого ефекту на кожній ділянці. Контроль за роботою персоналу всіх рівнів є однією з головних функцій керівника готельного комплексу.

Виконавчий голова готельного комплексу зазвичай називається *генеральним директором*. До обов'язків генерального директора відносять здійснення управління всією господарською діяльністю готелю; користування всіма видами банківських послуг, у т.ч. кредитами, відкриття і закриття розрахункових, поточних та інших рахунків і розпорядження ними, підписання чеків на отримання готівки, цінностей тощо; право позову і відповіді на суді, а також право представляти в усіх адміністративних установах свій готельний комплекс особисто або через інших осіб, уповноважених на те спеціальними дорученнями; підписання договорів, зобов'язань і доручень; виконання завдань, пов'язаних із загальними напрямками діяльності готельного комплексу, в тому числі проведення фінансової політики (наприклад, визначення лімітів витрат на утримання персоналу, граничних асигнувань на адміністративні та господарські витрати, питання закупівельної політики тощо). Керівництво вищої ланки також приймає рішення щодо того, яку систему розрахунків із клієнтами використовувати в готелі. Але частина цих питань може бути передана на розгляд нижчим ланкам управління, якщо на генерального директора покладено занадто багато повноважень і обов'язків.

Враховуючи те, що готельні комплекси працюють цілодобово, їхня діяльність потребує постійного контролю з боку адміністрації, у зв'язку з чим у великих готелях існує посада *виконавчого директора*, який практично постійно перебуває на підприємстві.

Управлінська структура великих готельних комплексів може включати 5-6 директорів відділів, що підпорядковуються генеральному директорові. Серед них: директори з розміщення, маркетингу, азартно-розважального сектора, ресторану, фінансовий і

технічний директори. Вони представляють середній рівень управління і забезпечують реалізацію політики готельного комплексу, розробленої вищим керівництвом, відповідають за доведення детальніших завдань до підрозділів і відділів, а також за їхнє виконання. Як правило, вони мають широке коло обов'язків і велику свободу щодо прийняття рішень.

У прямому підпорядкуванні *директора з розміщення* знаходяться менеджери основних готельних служб (бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду).

Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби тощо.

Технічний директор очолює інженерно-експлуатаційний відділ. У різних готельних комплексах ця посада може називатися по-різному: головний інженер, директор з експлуатації, головний технік. Йому підпорядковуються старший майстер, завідувачі майстернями з ремонту меблів, обладнання, системи опалення тощо.

Відділ кадрів виконує такі функції: набір, навчання, оцінку персоналу; регулювання праці та зарплати; питання преміювання; дисциплінарні стягнення; недопущення випадків незаконного звільнення. До обов'язків цього підрозділу входить ведення особистих справ усіх співробітників готельного комплексу. Зазвичай департамент має три підрозділи: набору обслуговуючого персоналу, підрозділ заробітної плати та інших винагород, підготовки та перепідготовки. Всі вони тісно взаємопов'язані між собою та з іншими департаментами готельного комплексу. Працівники відділу кадрів відбирають фахівців, проводять співбесіду, але остаточне рішення про прийняття залишається за керівником підрозділу, куди приймається даний працівник.

Відділ охорони праці виконує такі функції: інструктаж із техніки безпеки; контроль за виплатою грошової допомоги з непрацездатності, пов'язаної з виробничими травмами; щомісячний інструктаж і перевірки; контроль за кошторисом витрат тощо.

Учбово-тренінговий центр займається підвищенням кваліфікації, перепідготовкою та стажуванням фахівців і обслуговуючого персоналу; навчанням працівників методам управління якістю;

створенням здорової, творчої доброзичливої атмосфери в готельному комплексі тощо.

Бухгалтерія відповідає за своєчасне складання бухгалтерської звітності відповідно до нормативних документів; несе відповідальність за дотримання фінансової і договірної дисципліни; аналізує фінансово-господарські плани та кошториси за встановленими формами; відповідає за своєчасність складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків; виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей, обліку коштів у встановленому порядку; несе відповідальність за дотримання ціноутворення і правильності складання тарифів; здійснює облік надходження і вибуття виробничих запасів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку; організовує роботу з одержання ліцензій тощо.

Обов'язками *департаменту бухгалтерського обліку* є здійснення грошових переказів, підготовка фінансових звітів від касирів кожної торгової точки готельного комплексу, облік, обробка і контроль первинної документації, своєчасне інформування керівництва про фінансові результати діяльності готельного комплексу, а також виплата працівникам заробітної плати, отримання інших різних рахунків і виплата по них, контроль та облік витрат.

Основним завданням *планово-комерційного відділу* є забезпечення готельного комплексу матеріально-технічними та виробничими ресурсами. До цього відділу доцільно долучати менеджерів, які займаються маркетингом, продажем номерів, організацією банкетів, рекламою тощо.

Аудиторська служба (від латинського *auditor* – слухач, ревізор) перевіряє правильність ведення бухгалтерської документації і складає денний звіт за даними комерційної діяльності готельного комплексу. Зазвичай цей звіт складається наприкінці робочого дня, під час нічної зміни, тому ця перевірка називається нічною аудиторською, а службовець – *нічним аудитором*. До його обов'язків відносять: перевірку правильності складання рахунків; перевірку правильності оплати за кредитними картками; внесення до рахунків клієнтів оплати за покупки, здійснені впродовж дня; перевірку талонів, що дають право на надання знижок; відбиття

результатів усіх фінансових операцій; вирішення протиріч; моніторинг кредитних організацій; підготовку оперативних доповідей.

Аудитор перевіряє отриманий доход від проживання в готелі, відсоток фактичної зайнятості та інші дані, отримані від служби прийому і розміщення (СПіР), здійснює касове зведення, включаючи оплату чеками та кредитними картками. У багатьох готельних комплексах функції нічного аудитора виконує один із бухгалтерів, проте, як показує практика, посада нічного аудитора себе виправдовує завжди.

9.2.2. Служба управління номерним фондом (служба обслуговування)

Із точки зору клієнтів служба обслуговування є найважливішою в готелі, оскільки персонал саме цієї служби працює у постійному контакті з гостями і виконує всі функції, пов'язані з їхнім безпосереднім обслуговуванням. До складу цієї служби входять: директор або менеджер з експлуатації номерів, служба прийому і розміщення, служба покоївок, об'єднана сервісна служба (швейцари, коридорні, гардеробники, працівники гаражного господарства), служба порт'є, служба консьєржа, служба посильних, інспектор із прибирання кімнат, служба безпеки.

В організаційній структурі сучасних готельних комплексів виділяється основний операційний підрозділ – **служба прийому і розміщення (СПіР)**, оскільки головною послугою є безпечне і комфортне проживання. Іншим підрозділам відводиться допоміжна роль підтримки основною діяльністю готельного комплексу.

До функцій служби прийому і розміщення входить: бронювання, ресстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг; стягування плати за проживання, ведення необхідної документації. До обов'язків цієї служби входить також ведення і підтримання в робочому стані бази даних, що містить інформацію про гостей і стан номерного фонду. У великих готельних комплексах СПіР часто поділяється на відділи, що спеціалізуються на виконанні певних операцій.

У службі прийому і розміщення є кілька посад:

- службовець із прийому і розміщення гостей (черговий адміністратор), що оформляє гостей на проживання;

- касир, що приймає оплату і виписує рахунок гостеві;
- портье, що відповідає за надання інформації гостям і функціональним службам готельного комплексу, а також за збирання, підшивку і збереження документації;
- телефонний оператор, який підтримує зв'язок із міжміською і міжнародною телефонними станціями, фіксує наявність телефонних розмов клієнтів із номерів, контролює їхню оплату, а також надає послуги з ранкової побудки на прохання клієнтів;
- службовець із бронювання місць у готелях з веденням відповідної документації;
- портье з видачі ключів та ін.

У невеликих готелях СПіР виконує ті ж обов'язки, але має менше співробітників, які часто виконують декілька функцій. Наприклад, адміністратор, окрім своїх функцій, виконує обов'язки касира і портье з бронювання місця або обов'язки телефонного оператора тощо.

Якщо готель комп'ютеризований, то кожний співробітник СПіР має право доступу лише до тих комп'ютерних даних, до яких він має безпосереднє відношення.

До служби прийому ставляться такі *вимоги*:

- служба прийому повинна розташовуватися безпосередньо біля входу до готелю. Коли ж готельний вестибуль має велику площу, динамічний характер інтер'єру повинен зорієнтувати гостя в напрямку розташування стола реєстрації (reception або lobby). До обладнання цього стола немає якихось стандартних вимог. Здебільшого його висота складає 1,1 м (зручно для клієнтів) і ширина 0,76 м. Довжина стола залежить від кількості номерів у готелі, операцій, що проводяться за столом, і загального дизайну вестибулю. Над столом, за ним чи на ньому часто розміщують вивіски, що показують, де повинні виконуватися робочі процедури: реєстрація, касове обслуговування, видача інформації та пошти тощо;

- стіл реєстрації має бути чистим, без розкиданих паперів та непотрібних речей. Загалом його конфігурація повинна приховувати від клієнтів обладнання та інформацію, які використовує персонал;

- працівники служби прийому повинні мати бездоганний зов-

нішній вигляд і відповідно себе поводити. З гостями потрібно розмовляти тільки стоячи. Не можна змушувати гостей чекати. Треба завжди пам'ятати, що для порт'є немає важливішої роботи, ніж прийом гостей.

При розміщенні потрібно ще раз узгодити умови попереднього бронювання (категорію номера, наявність зручностей, вид оплати, ціну, термін перебування, попередню дату від'їзду та ін.). Якщо гість має заповнити анкету, варто цю процедуру проводити недовго. Наприклад, якщо клієнт уже був у даному готелі, то достатньо лише його підпису на анкеті (мається на увазі, що інформація про гостя збережена з часу його першого перебування в готелі).

До функцій служби прийому і розрахункової частини належать також розподіл номерів і облік вільних місць у готелі, виписка рахунків і проведення розрахунків із клієнтами.

До прибуття гостя служба прийому одержує зі служби бронювання оброблені замовлення, згідно з якими складає карту руху номерного фонду, що допомагає вести облік вільних місць у готелі. Більшість великих готелів для обліку вільних місць використовуює спеціальні комп'ютерні програми. У малих і середніх готелях до недавнього часу (в окремих готелях і зараз) з цією метою використовувався спеціальний номерний стенд, що має комірочки, куди вставляються різнокольорові картки, відповідно до кількості днів перебування клієнта в готелі. Такий номерний стенд дає наочну картину завантаження номерного фонду і наявності вільних місць. Відомості про наявність вільних місць у готелі і кількість гостей, що в ньому проживає, чітко й оперативно передаються службою прийому всім іншим службам готелю.

Для зберігання ключів від номерів використовується стенд із пронумерованими комірочками. Історично ці стенди розташовувалися так, щоб їх було видно і працівникам готелю, і гостям. Таке розміщення дозволяло всім за наявністю ключів бачити, зайнятий номер чи ні. Сьогодні ж підхід до організації таких стендів змінюється: найчастіше їх розміщують у прихованих відділах стола для забезпечення безпеки і нерозголошення інформації про зайнятість номера. Для зменшення кількості стендів на столі реєстрації більшість із них функціонально об'єднується, наприклад,

стенд для ключів і пошти.

Зразу ж після розміщення гостя в готелі розрахункова частина відкриває на його ім'я рахунок. Здебільшого гість користується послугами різних служб готелю, пред'являючи візитну картку чи називаючи номер кімнати. Ці служби подають відомості про витрати гостя в розрахункову частину, яка долучає їх до загального рахунка. Наприкінці перебування клієнта розрахункова частина розраховується з ним та інформує про це всі готельні служби.

Одна з функцій служби прийому – ведення картотеки гостей. На кожного гостя після його перебування в готелі заповнюється спеціальна картка, в якій міститься інформація, зібрана в усіх службах готелю, що контактували із клієнтом. При повторному приїзді гостя ця інформація дозволяє персоналу значно підвищити якість обслуговування, передбачити його смаки і побажання. Така робота дуже важлива для залучення постійних клієнтів і є додатковою рекламою готелю. На сучасних готельних підприємствах встановлені комп'ютерні програми дозволяють створити великий банк даних про клієнтів.

Відділ резервування (бронювання) очолюється менеджером, який переважно знаходиться на одній службовій сходинці з головним адміністратором і підпорядковується директору відділу обслуговування чи збуту. Завдання працівників даного відділу – продати всі вільні номери готелю за максимально високою ціною, тому вони повинні боротися за кожного потенційного клієнта, переконуючи його, що саме даний готель не тільки відповідає всім сподіванням гостя, але й перевершує їх.

Службовець із бронювання номерів несе відповідальність за всі аспекти бронювання номерів у готелях. До його обов'язків входить: прийняття замовлень на резервування місць у готелі поштою, телефоном, факсом, телеграмою, Інтернетом або особисто; реєстрація замовлення, його дати, дати прибуття і прізвища прибуваючих за алфавітом; підготовка і відправлення листів підтверджень; реєстрація скасування або зміни замовлення; перевірка наявності вільних місць; прогнозування зайнятості номерів; повідомлення необхідної інформації про заброньовані номери службі

прийому і розміщення; підготовка необхідних документів до приїзду гостей і передача їх.

До функцій служби бронювання належать:

1. Приймання замовлень та їх обробка.

2. Складання необхідної документації: графіків заїзду на щодень (тиждень, місяць, квартал, рік), карти руху номерного фонду.

Приймання замовлень здійснюється телефоном, факсом, телексом, поштою (лист чи телеграма), з допомогою комп'ютерних систем бронювання. Кожне замовлення повинно містити таку **інформацію**: дату і час заїзду; приблизну дату і час від'їзду; кількість гостей; категорію номера (люкс, апартамент, економічний клас, бізнес-клас); послуги в номері (наявність ванни, душа, телевізора, холодильника, сейфа, міні-бару тощо); послуги харчування (лише сніданок, напівпансіон, повний пансіон); ціна (при вказівці ціни потрібно точно визначити, за що платить гість: за весь час перебування, за один день перебування, за кожного проживаючого, тільки за розміщення, за розміщення і харчування, за розміщення і сніданок та ін.); прізвище та ініціали того, хто оплачуватиме рахунок (чи назва фірми); вид оплати (готівковий, безготівковий, із використанням кредитної картки); особливі побажання (заздалегідь забронювати столик у ресторані, трансфер, можливість тримати в номері тварину тощо).

Після відповідної обробки замовлення працівником служби бронювання гостеві відправляється підтвердження чи відмова. *Підтвердження замовлення* – це спеціальне повідомлення про те, що клієнтові буде надане розміщення у готелі. Здебільшого на повідомленні вказується номер підтвердження, дата передбачуваного прибуття і вибуття гостя, категорія замовленого номера, кількість гостей, кількість ліжок та інші спеціально обумовлені вимоги.

У своїй діяльності готельні підприємства дуже часто застосовують *гарантоване підтвердження замовлень*. Це означає, що вони підтверджують бронювання лише після одержання від клієнта відповідних гарантій оплати у випадку, якщо клієнт запізниться або взагалі не приїде. Такими гарантіями насамперед є попередня оплата в розмірі 50 % чи 100 % вартості добового розміщення чи розміщення впродовж усього терміну, а також інфор-

мація про номер кредитної картки клієнта. Але в цьому випадку потрібно, щоб у законодавстві країни, де розташований готель, містились чіткі норми відповідальності за відмову клієнта від підтвердженого готелем бронювання.

Інша форма гарантованого резервування – *депозитна (авансова) оплата*. У деяких ситуаціях (наприклад, під час сезону відпусток) для уникнення простою кімнат через неявку очікуваного клієнта, готель може попросити перерахувати авансом вартість проживання впродовж одного дня чи навіть усього терміну. Це також своєрідний спосіб боротьби із «неявками». Намагаючись зменшити збитки від неявки гостей, що здійснили бронювання, готелі приймають такі рішення: неявка гостя вважається додатковою витратою і враховується при виробленні цінової політики; готелі виставляють гостям рахунки-неустойки (вартість номера з відрахуванням зекономлених затрат); при бронюванні вимагають попередню оплату чи інформацію про кредитну картку; готелі здійснюють «подвійне бронювання», тобто бронюють місця понад ті, що є в наявності (на 5-15 %).

Система бронювання місць понад ті, що є в наявності, повинна чітко продумуватися і регулюватися. Якщо готель не в змозі виконати зобов'язання з прийнятих замовлень, він ризикує втратити клієнтів, чиє бронювання не було виконане, а також розірвати ділові стосунки з туристичними компаніями.

Деякі готелі нічим не компенсують моральні збитки гостю, якому відмовляють у наданні заброньованого місця. А інші знаходять місця в інших готелях на одну-дві доби і забезпечують подальший переїзд гостя до себе. Вони також надають йому можливість безкоштовно зателефонувати рідним, щоб повідомити про ці зміни. Намагаючись повернути клієнта, якого змусили зупинитися в іншому готелі, менеджери пропонують йому перебування у них упродовж наступної доби безкоштовно.

Широкий розвиток готельних ланцюгів з їхньою мережею власних і франчайзингових членів породив нову систему централізованого бронювання, в результаті якої 60-70 % номерного фонду перебуває під контролем централізованої системи бронювання компаній. А залишок може бронюватися безпосередньо готе-

лем. Така система надає великі переваги готелям, оскільки значно зменшуються їхні зусилля із залучення клієнтів.

Служба порт'є здійснює контроль за номерним фондом готельного комплексу, ведучи картотеку по зайнятості номерів і наявності вільних місць, і виконує функції інформаційного центру: до гостей (якщо йдеться про інформування про види обслуговування, місцеві визначні пам'ятки, роботу міського транспорту тощо) і до різних підрозділів готельного комплексу (про потреби клієнтів). Керівництво в неавтоматизованих готелях все ще використовує реєстраційні картки як складову процесу розміщення (див. додаток Є). Проте в більшості готельних комплексів сьогодні використовується автоматизована система управління, яка зменшила потребу в ручному зборі інформації. Готелі, що використовують таку систему, заповнюють реєстраційні картки за допомогою інформації, зібраної під час бронювання. В них гість замість заповнення реєстраційної картки перевіряє інформацію на точність і ставить свій підпис.

Слід зважати й на той факт, що реєстрація не завжди обов'язкова. Є країни, де така вимога не встановлена законодавством. З іншого боку, в окремих країнах реєстраційні картки використовують ще й як поліцейський документ. Гості надають інформацію не тільки щодо паспортних даних, але й багато особистих відомостей. Наприклад, у Бразилії необхідно повідомити не тільки своє ім'я, але й імена батьків. Вік, стать, дата народження, національність, маршрут подорожі та інша інформація майже ніколи не потрібна при поселенні в готелях США. Але реєстраційна картка і досі залишається найкращим засобом підтвердження прибуття гостя та обробки його замовлення.

У деяких зарубіжних готелях у складі служби прийому і розрахункової частини є посада *нічного порт'є*. Він має широке коло функцій та обов'язків, які удвічі перевищують обов'язки звичайного порт'є. Одним з основних завдань нічного порт'є є обхід будівлі з метою перевірки справності сигналізації (охоронної і пожежної) та безпеки готелю. Під час обходу нічний порт'є збирає листи-замовлення сніданків у номер, які заповнюються клієнтами і виві-

шуються за двері. У нічний час таких обходів здійснюється не менше трьох. Час кожного фіксується у спеціальному журналі.

Службовець з прийому гостей (черговий адміністратор) є представником готельного комплексу, що спілкується з гостями впродовж усього терміну їхнього проживання. До основних його функцій належать: виконання різних підготовчих дій щодо прийому гостей; підбір номерів для броні; фіксація тривалості проживання гостей; перевірка документів при реєстрації, виявлення терміну їхньої дії; вибір необхідного номера клієнту відповідно до його вимог; визначення вартості номера, включаючи знижки та пільги; визначення способу оплати та проведення необхідних кредитно-чекових процедур; збір і класифікація необхідної інформації про гостей і номери готельного комплексу; забезпечення доставки пошти та посилок проживаючих тощо (детальніше див. додаток Е).

Під час чергування йому підпорядковуються всі працівники вестибульної групи: швейцари, гардеробники, працівники камери схову, паспортист, касири, портье і весь черговий персонал інших служб готельного комплексу.

Касир служби прийому і розміщення має подвійне підпорядкування: головному бухгалтеру та працівнику служби прийому і розміщення. Основні обов'язки касира можна узагальнити так: внесення повної суми до рахунка клієнта; отримання оплати повною мірою від клієнта при виїзді; узгодження оплати рахунків кредитними картками та чеками з бухгалтерією; підрахунок усіх рахунків і загальної суми виторгу наприкінці кожної зміни; несення персональної відповідальності за всі гроші, що перебувають в обігу під час зміни. У багатьох готельних комплексах касир відповідає також за безпеку сейфів (див. додаток Е).

У зв'язку з важливістю перших вражень клієнтів про готель на персонал служби обслуговування покладається особлива відповідальність. Зазвичай першими зустрічають гостей *швейцари*, які стоять при вході в готель. Одягнені у відповідну уніформу, вони вітають гостей, допомагають їм вийти з машини, викликають для них таксі. Швейцари повинні володіти інформацією про послуги, які є в готелі, про готельні заходи (конференції, банкети), про

місце розташування готелю та його околиці. До їхніх обов'язків також входить контроль за чистотою і порядком у вестибулі; чищення дверей, дверних ручок, сходинок при виході; контроль за збереженням майна у вестибулі; за своєчасним вмиканням освітлювальних пристроїв у вестибулі та світлових реклам тощо (див. додаток Є).

Служба *посильних (коридорних)* виконує низку важливих функцій. Посильний супроводжує гостя до кімнати і допомагає з багажем, пояснює розташування відділів і служб готелю, ресторану, розважальних послуг, інформує про порядок їх роботи, здійснює заключну перевірку кімнати при заселенні гостя, розміщує багаж клієнта 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 перебування в готелі супроводжують гостя.

Посада *консьєржа* існує у всіх європейських готелях і курортах, але в українських готелях це – рідкість. У Франції в часи феодалізму «*comte des cierges*» називали людину, яка відповідала за виконання всіляких прохань і побажань важливих людей. Пізніше консьєржами стали називати тих, хто тримав ключі у лицарському замку. Необхідність у цій посаді виникає внаслідок того, що співробітники СПІР бувають занадто зайнятими, щоб надавати обслуговування гостям. Консьєрж повинен мати достатню інформацію як про готель, так і про найближчі визначні пам'ятки. Консьєржі виконують прохання гостей, незважаючи на те, чи відносяться вони до компетенції служб готельного комплексу, чи ні. Консьєржі та консьєржки розміщуються за спеціальним столиком у вестибулі готелю або на поверсі, якщо в даному готелі передбачений такий вид обслуговування.

До найтипівіших послуг, які ними надаються, належать: купівля і доставка квитків на найпопулярніші театральні вистави (навіть якщо замовлення робиться в день вистави; така послуга сплачується з 50-відсотковою націнкою); замовлення столика у міських ресторанах (навіть якщо немає вільних столиків); замовлення і доставка авіа-, залізничних, автобусних квитків, довідки про

роботу міжнародного, міжміського і внутрішнього транспорту; резервування місць до перукарні, косметичного салону, на прийом до лікаря; інформація про місцеві визначні пам'ятки, роботу музеїв, виставок, магазинів; допомога в екстрених випадках (наприклад, виклик лікаря, юриста, нотаріуса); виконання особистих доручень клієнтів (здійснення покупок, оформлення віз, організація весілля за кілька днів тощо).

Для того, щоб якісно виконувати вищезазначені послуги, консьєржам потрібно знати про всі деталі життя готелю загалом та його численних служб зокрема, розмовляти кількома іноземними мовами, бути комунікабельними, за будь-яких обставин демонструвати дипломатичний такт і зберігати чудовий настрій.

Про важливість функцій, що виконуються консьєржами, свідчить створення професійних організацій. 6 жовтня 1929 року одинадцять консьєржів із гранд-готелів Парижа заснували «Товариство для обміну ідеями та професійними навичками». У 1952 році з'явилася професійна організація консьєржів (Union Professional de Petier de Grand Hotel), до якої тоді увійшли представники дев'яти європейських країн. На сьогоднішній час до неї входять представники близько 40 країн світу. Консьєржі працюють в уніформі, яку додатково прикрашає знак перехрещених ключів («Les Clefs d'Or» – «Золоті ключі») в петлиці.

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.

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 здійс-

нює 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 (див. додаток Є). Прибирання буває щоденним; після від'їзду гостя; генеральне. Щодня покоївка виконує поточне і проміжне прибирання номерів. Прибирання вона здійснює в суворій відповідності до технології прибирання, дотримуючись інструкцій і встановленого порядку заміни білизни. Покоївка повинна вміти користуватися технічним обладнанням і приладдям, що застосовуються для прибирання приміщень.

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.

Щоденне *проміжне прибирання* в номерах проводиться в разі потреби і при наявності умов для прибирання.

При *прибиранні після від'їзду гостя* до додаткових функцій покоївки належать: приймання номера, зміна білизни і рушників, заміна рекламної інформації, що є в номері.

Генеральне прибирання номерного фонду і всієї житлової частини готелю проводиться не рідше, ніж один раз на 10 днів.

Залежно від типу готелю кожна покоївка прибирає від 16 до 20 номерів у день. При розрахунках необхідної кількості покоївок на день виходять із загальної кількості зайнятих у цей день кімнат. При цьому номери типу «люкс» та апартamenti рахуються за дві кімнати. Середньою нормою прибирання вважають 17 номерів на день. Час, що витрачається на прибирання, залежить від співвідношення номерів, які звільняються, і зайнятих номерів, оскільки прибирання перших займає більше часу. За нормативами Швейцарської асоціації власників готелів, на прибирання номера, в якому ще проживає гість, відводиться 20 хвилин, а на прибирання номера, що звільнився, – 30 хвилин.

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 (див. додаток Є).

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.

Кастеляниша 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 (див. додаток Є).

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.

В готелях високих категорій обслуговування (готелях люкс) в Америці є *стюарди*, які розпочинають свою роботу в другій половині дня і їхніми обов'язками є забезпечення кожного номера свіжими рушниками, надання номеру святкового вигляду, а також установка розкладного ліжка.

Основні завдання служби безпеки

До вирішення питань охорони і безпеки готельні підприємства підходять по-різному. Деякі невеликі підприємства надають право управління безпекою сторонній організації (приватним охоронним агенціям, міліції). Великі ж готелі, здебільшого, у своїй структурі створюють власну службу безпеки (СБ) і долучають відповідних спеціалістів до штату співробітників. У світовій практиці для визначення кількісного та якісного складу персоналу СБ вважається раціональним з точки зору витрат і ступеня забезпечення безпеки правило «300», тобто один співробітник СБ на 300 номерів, незалежно від їхньої завантаженості: якщо в готелі є 300 і більше номерів, то є потреба в наявності штатного співробітника СБ.

Основними завданнями служби безпеки є: забезпечити охорону і безпеку гостей та їхнього особистого майна під час перебування в готелі; захистити майно готелю від ворожих дій (розкра-

дання, вандалізму тощо); забезпечити захист готелю (самої будівлі і всього, що є в ній) від терористичних актів (нападів, саботажу та ін.); підтримувати громадський порядок і забезпечувати належні рамки поведінки в усіх місцях готелю; забезпечити гостям спокій і конфіденційність під час їхнього перебування в готелі; забезпечити можливість негайної та ефективної реакції у випадку будь-якої події, що вимагає втручання персоналу готелю чи представників сторонніх відомств (міліції, швидкої допомоги тощо); гарантувати добросовісність і чесність усього персоналу готелю; гарантувати можливість надання готелем спеціальних послуг із забезпечення підвищеної безпеки високих осіб, до охорони яких ставляться особливі вимоги.

Останнім часом у практиці діяльності готельних підприємств посилилась тенденція відмови від стандартних механічних замків. Частіше використовуються *електронні карткові замки*, які мають багато переваг.

Забезпечення високого рівня безпеки в сучасних умовах неможливе без централізованої системи відеоспостереження, яка забезпечує можливість спостереження в реальному масштабі часу і запису всього, що відбувається, для подальшого вивчення. Установка відеокамер у готелі передбачена здебільшого: при в'їзді на автомобільну стоянку; при переході від стоянки до готелю; на головному вході до готелю; на службовому вході до готелю; у вестибюлі й зоні реєстрації; у ліфтових холах; у зоні централізованих сховищ; у холах конференц-залів; фітнес-центру та ін.

В готелях також встановлюють систему охоронної сигналізації (звукової і візуальної).

Наведені вище положення є базовими при побудові системи безпеки готелю. Для забезпечення високої ефективності дії для кожного конкретного підприємства вибір систем і засобів повинен бути індивідуальним.

9.2.3. Служба організації харчування

Служба організації харчування охоплює кухню, ресторан, бари, кафе, секцію прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду, відділ обслуговування масових заходів.

Основною функцією сектора ресторанного господарства є пропонування гостям продуктів харчування і напоїв. Обслуговування з боку цієї служби носить комплексний характер.

Керівник даного сектора складає меню, забезпечує постачання необхідних продуктів, розподіляє по ділянках обслуговуючий персонал, контролює якість готової продукції і обслуговування, дотримуючись при цьому розумного режиму економії. Кожен відділ у службі має свого керівника.

Буфетне або *барне обслуговування* зазвичай полягає у забезпеченні клієнтів спиртними напоями. У барах можуть також готуватися напої для їхнього вживання в ресторані. Такий бар має назву сервісного.

Кухня знаходиться у віданні шеф-кухаря, який підпорядковується директору ресторанного господарства. Шеф-кухар має трьох помічників, один з яких відповідає за денну зміну, другий – за вечірню, третій – за банкети. Кухня є основним виробничим центром ресторанного господарства.

Ресторан управляється адміністратором (метрдетелем), до обов'язків якого входить: підтримання високої якості обслуговування відвідувачів; наймання, навчання і раціональне використання персоналу; встановлення і підтримання високих стандартів якості; стеження за обслуговуванням у номерах, міні-барах, коктейль-барах; надання директору ресторанного господарства розрахунку бюджетів і бізнес-прогнозу на наступні тиждень, місяць, рік.

Завідувач *секцією прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду* підпорядковується безпосередньо директору ресторанного господарства і відповідає за такі види робіт: прибирання внутрішніх приміщень ресторанного господарства (тих, де відвідувачі зазвичай не бувають); миття і чищення порцелянового і скляного посуду, а також столового приладдя, яке використовується торговими точками ресторанного господарства; ведення суворого обліку посуду і приладдя та щомісячну перевірку їхнього запасу; підтримку в робочому стані посудомийних машин; інвентаризацію запасу миючих препаратів і засобів для чищення; санітарну обробку кухні, банкетних приміщень, комор, стаціонарних холодильників, морозильних камер і всього устаткування; своєчасне по-

повнення персоналу; контроль за наявністю комах чи тварин і виклик спеціальних служб з їх знищення у разі потреби.

Відділ обслуговування масових заходів організовує наради, конференції, звані обіди, вечери та весілля.

9.2.4. Інженерно-технічна служба готельного комплексу

Для постійного нагляду за станом інженерно-технічного обладнання до штату готелів уводяться спеціальні посади: інженери технічних пристроїв, електрики, слюсарі-механіки, сантехніки та ін. У великих готелях постійно працює інженерно-технічна служба, яку очолює головний інженер готелю, у невеликих закладах розміщення інженерно-технічними питаннями займається директор або старший адміністратор.

До функцій інженерно-технічної служби входить регулярне (відповідно до затвердженого графіка) проведення обстеження санітарного і технічного стану готелю, прилеглої території, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою, що обслуговуються інженерно-технічною службою, оцінка якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання за результатами обстеження і перевірок актів.

Відділ комп'ютерного забезпечення розробляє програмне забезпечення або здійснює нагляд за встановленою інформаційною системою автоматизації процесу управління готелем.

Основними цілями інженерно-технічної служби готелю є:

- забезпечення умов для гостей і відвідувачів, що відповідають стандартам якості;
- зниження витрат готельного комплексу і, відповідно, тарифів при підтриманні стандартів якості наданих послуг.

Ця служба повинна розробляти та впроваджувати комплекс ресурсозберігаючих заходів, які дозволять значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів за рахунок запобігання невиннованим витратам електроенергії, води, газу тощо.

Головний інженер готелю керує роботою технічного персоналу і контролює результати його роботи; несе відповідальність за правильну експлуатацію опалювальної системи, водопостачання, каналізації, засобів зв'язку, інформаційних систем, за безперерій-

ну роботу технічного обладнання; контролює дотримання правил охорони праці та техніки безпеки працівниками; аналізує технічний стан електромонтажного і сантехнічного обладнання, доводить до відома керівництва про необхідність його ремонту або заміни; розробляє поточні та перспективні плани технічного переобладнання.

Старший енергетик забезпечує безперебійну роботу, правильну експлуатацію енергетичного і сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу і каналізації; здійснює контроль за дотриманням інструкцій з експлуатації, технічним обслуговуванням і наглядом за електроустановками і електричними мережами; несе відповідальність за протипожежні заходи.

Електромонтер забезпечує нормальне функціонування світлових точок у всіх приміщеннях готелю; усуває аварії електроосвітлення і відновлює дію світлових і силових точок; стежить за справністю електросвітильників, внутрішньої електропроводки, вимикачів, штепселів, телевізійних установок, чистотою освітлювальної апаратури, люстр, електричних ламп; ремонтує електронагрівальні прилади та інші електричні прилади; стежить за роботою і здійснює поточний ремонт зовнішніх (вуличних) світлових реклам.

Ліфтер спостерігає за роботою ліфта; вживає необхідних заходів у аварійних ситуаціях; підтримує у чистоті і порядку внутрішню частину кабіни та поверхові майданчики перед ліфтом на всіх поверхах.

Слюсар-сантехнік стежить за справністю санітарно-технічного обладнання, нормальним надходженням води до опалювальних приладів, санітарно-технічних установок; усуває пошкодження трубопроводів, замінює санітарно-технічні прилади (ванни, унітази, раковини), прочищає каналізацію при її засміченні; стежить за правильною експлуатацією санітарно-технічних приладів, не допускає витoku води; здійснює профілактичний ремонт санітарно-технічних приладів.

Ландшафтний архітектор (озеленювач) розробляє за кресленнями та ескізами планування і художнє оформлення газонів, клумб; готує посадковий матеріал; займається посадкою саджан-

ців, дерев, кущів, квіткових рослин; здійснює стрижку газонів, квітників, формувальну обрізку (підстригання) крон дерев і кущів; проводить профілактичний догляд рослин в інтер'єрі; несе відповідальність за цілісність і належний стан зелених насаджень.

Служба експлуатації номерного фонду відповідає за ремонт і експлуатацію номерів (освітлення, опалювання, вентиляцію, сантехніку, меблі тощо).

Запитання та завдання для самоконтролю

1. *Охарактеризуйте основні підходи до класифікації готельних служб. Які вимоги ставляться до працівників контактних і неконтактних служб?*

2. *Назвіть перелік основних служб у готелях і коротко охарактеризуйте їхні функції.*

3. *Розкрийте особливості організації адміністративно-управлінської служби у готельних комплексах. Назвіть основні обов'язки працівників даної служби.*

4. *Охарактеризуйте діяльність служби прийому і розміщення. Перелічіть функції основних працівників зазначеного структурного підрозділу.*

5. *Назвіть вимоги, що ставляться до організації служби прийому і розміщення.*

6. *Дайте характеристику основних обов'язків працівників служби бронювання. Назвіть види бронювання, що використовуються у готельних комплексах.*

7. *Назвіть функції швейцарів, коридорних і консьєржів. У готелях яких категорій передбачені зазначені посади?*

8. *Охарактеризуйте основні функції працівників служби експлуатації номерного фонду. Які види прибиральних робіт виконують покоївки у житлових кімнатах?*

9. *Назвіть основні завдання та принципи організації служби безпеки у готельних комплексах.*

10. *Перелічіть основні підрозділи служби організації харчування та їхні функції.*

11. *Охарактеризуйте обов'язки працівників інженерно-технічної служби.*

10. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ОСНОВНИХ І ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ

10.1. Особливості процесу надання основних послуг у готелях.

10.2. Додаткові готельні послуги як показник високої якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування.

10.3. Якість обслуговування туристів у готелях – важливий чинник розвитку туризму.

10.3.1. Поняття якості послуг.

10.3.2. Чинники формування якості обслуговування.

10.3.3. Фактори впливу на якість обслуговування у готельних комплексах.

10.1. Особливості процесу надання основних послуг у готелях

Попит на готельні послуги має нерівномірний і сезонний характер, тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати достатній резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів. Постійна готовність підприємств готельного господарства до зустрічі й обслуговування туристів потребує одночасної присутності впродовж доби адміністратора, ресепшн-менеджера, портьє, носіїв багажу, покоївки та ін. Це значно зменшує ефективність використання праці персоналу. Однак вітчизняний та зарубіжний досвід свідчить про можливість подолання цього протиріччя. Наприклад, шляхом запровадження бригадної організації праці за принципом суміщення професій.

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є *централізація реалізації послуг*. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць тощо) виходить за рамки компетенції окремих ланок готельного господарства та зосереджується в спеціалізованих туристичних організаціях або самому підприємстві. Отже, на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Процес надання **основних послуг** у готельній діяльності можна поділити на кілька основних *етапів*:

- інформація про послуги;
- резервування (бронювання) місць;

- реалізація послуг;
- зустріч і проводи туристів;
- обслуговування під час перебування.

Початкова інформація про характер основних послуг міститься у назві, місцезнаходженні та категорії засобу розміщення (готель, мотель, флайтель, туристичне селище тощо). Інші відомості, як-от: кількість і наявність вільних номерів; близькість до туристичних центрів і берега моря; пільги, що надаються певним категоріям клієнтів (молоді, сім'ям із дітьми, учасникам конгресів та ін.), туристи знаходять у рекламних проспектах. Ще детальнішу інформацію вони можуть одержати від туроператорів, тобто фірм, що здійснюють через мережу турагентів рекламу та збут турів.

Етап надання інформаційних послуг у готелях – один із найважливіших і часто визначальний. Вміле надання інформації повинно привертати увагу, збуджувати інтерес і бажання придбати послугу, тобто здійснити вибір готелю, номера, терміну перебування та ін. Водночас, інформаційну діяльність варто проводити з великим тактом, увагою та професіоналізмом.

Невипадково великі американські й англійські готельні корпорації значну увагу звертають на інформаційні послуги. Вони роблять усе для того, щоб зацікавити туриста та допомогти зупинити свій вибір на готелі, що найточніше відповідає його вимогам і формі відпочинку. В кожному описі готелю є невеличка рубрика під назвою «До Вашої уваги». Тут можна знайти коротку, цікаву інформацію про можливе місце проживання. Для точнішої орієнтації та полегшення вибору готелі групуються за інтересами туристів з відповідною організацією їхнього відпочинку.

Особлива увага звертається в інформації на *пільги* та можливості їх одержання: наприклад, пільгові ціни на дитячі путівки (дійсні тільки для дітей, які проживають у кімнаті разом із двома дорослими); безкоштовне вино та фрукти під час прибуття, чай і тістечко щодня, пляшка вина (на номер) щотижня; безкоштовний торт у день народження клієнта; щодаки безкоштовний прокат автомобіля (на номер); якщо турист відпочиває впродовж 2 тижнів у даному готелі, то адміністрація на свій власний розсуд може запропонувати певне його урізноманітнення: 1 тиждень – на одно-

му курорті, а потім переїхати до контрастного курорту, при цьому одержавши знижку в оплаті до 75 відсотків та ін.

Резервування місць у готелях, мотелях та інших засобах розміщення дозволяє персоналу краще підготуватися до обслуговування туристів, а останнім раціональніше провести дозвілля в туристичних центрах. Останнім часом резервування місць здійснюють не тільки організовані, але й неорганізовані туристи. Відмінність полягає в тому, що перші резервують основні готельні послуги через посередницьку ланку, а другі – безпосередньо.

У сучасних готелях застосовуються найрізноманітніші *форми бронювання місць* – усна, письмова, телефонна, телексна, телеграфна, Internet та ін. Під час використання автоматичних апаратів для резервування застосовуються спеціальні міжнародні готельні коди.

Резервування номерів у кемпінгах, бунгало, туристичних базах здійснюється в два **етапи**. *Перший* включає запит на бронювання з боку посередницької ланки чи туриста і повинна містити такі традиційні відомості: ім'я туриста, вид послуг (ночівля, напівпансіон або повний пансіон), термін перебування. *Другий* – опрацювання матеріалів щодо резервування. Тільки позитивна відповідь дає підставу туристу вважати місце заброньованим.

Сучасний рівень комп'ютеризації системи управління в готелях дозволяє здійснювати бронювання та його підтвердження практично одночасно. Висока економічна ефективність використання комп'ютерного бронювання спонукала їх власників боротися за вплив на ринку туристичних агентств. Для залучення турагентів компанії розширюють сферу застосування своїх систем бронювання, включаючи до їх програми широке коло *послуг*: бронювання готельних місць, прокат автомобілів, страхування автомобілів, страхування авіапасажирів, оформлення квитків і закордонних паспортів і навіть оформлення замовлень на квіти.

Реалізація основних послуг може здійснюватись як безпосередньо в готелях, мотелях, кемпінгах, так і в спеціалізованих агенціях та службах готельних підприємств або туристичних організаціях. Отже, реалізація основних послуг може бути *централізованою, децентралізованою та комбінованою*.

Для *централізованого* продажу готель попередньо укладає договір з туристичною фірмою про реалізацію основних послуг. Як правило, остання реалізовує основні послуги кількох готельних підприємств, що дозволяє туристам обирати з великого розмаїття видів і розрядів той засіб розміщення, що відповідає їхнім вимогам. Така форма продажу основних послуг допомагає досягти найбільшого завантаження готелів.

Однак, централізована реалізація готельних послуг не створює можливостей для задоволення індивідуальних потреб і побажань окремих туристів. Таке завдання може вирішити *децентралізований* продаж, який здійснюється персоналом готелю, мотелю, кемпінгу. Ця форма реалізації послуг може привести до ускладнень із завантаженням місць і до збільшення витрат на рекламу й обслуговуючий персонал.

Вища якість обслуговування й ефективність готельної діяльності досягаються за умови застосування *комбінованих* форм продажу послуг, коли у ньому беруть участь готельні підприємства і туристичні агентства. Така форма продажу дозволяє поєднувати переваги та долати недоліки централізованого й децентралізованого продажу.

Зустріч і розміщення туристів у готелях включає: перенесення багажу, реєстрацію клієнта, видачу ключів і супровід до номера. Разом із ключем доцільно видавати туристові візитну картку, яку називають «паспортом готелю» (див. додаток Є). У ньому вказують назву готелю, його адресу, категорію та ін. Додатково до нього вписуються номер кімнати, термін перебування, транспортні зв'язки готелю. Зворотний бік такого «паспорта» чи «візитки» заповнюють будь-якою рекламною інформацією стосовно діяльності додаткових служб, проведення різноманітних заходів, а для полегшення орієнтації туристів наводять схему району, де розташований готель.

Розподіл туристів за номерами здійснюється службою прийому і розміщення за участю керівника туристичної групи, гідперекладача. Основними вимогами у процесі прийому клієнтів є: *оперативність, чіткість і швидкість оформлення документації*. Правилами прийому туристів передбачені такі граничні *терміни оформлення та розміщення*:

Організація надання основних і додаткових послуг

- для індивідуального туриста – до 5 хвилин;
- групи до 30 осіб – 15 хвилин;
- групи до 100 осіб – 40 хвилин;
- понад 100 осіб – у межах години.

До номерів гості супроводжуються відповідними працівниками готелю (коридорними, носіями багажу та ін.), які повинні допомогти туристам перенести багаж і показати номер, ознайомити з особливостями користування різним устаткуванням.

Служба прийому повинна звертати особливу увагу на постійних гостей: їм пропонують номери, де вони раніше зупинялися; організовують ювілейні зустрічі (п'яте чи десяте відвідування готелю), підносять їм квіти, сувеніри та проявляють інші знаки уваги. Як правило, постійні гості реєструються додатково, дані таких карток використовують для привітання їх із днем народження, різдвяними святами тощо.

Завершальний етап надання основних послуг у готелі – **оплата та виїзд**. У день від'їзду проживаючий повинен попередити персонал поверху про час свого від'їзду та провести повний розрахунок. Для розрахунку індивідуальних туристів застосовуються різні системи та форми. Дедалі активніше застосовується кредитна система. Маючи кредитну картку, клієнт може користуватися різноманітними послугами (ночівлею, харчуванням, побутовим обслуговуванням, басейном, сауною та ін.) Після надання окремих послуг відповідні працівники, використовуючи реєстраційну машину, за певним кодом відображають вид і ціну послуги.

Організовані туристи, як правило, оплачують основні послуги заздалегідь. Причому досить часто до ціни за основну послугу додається плата за користування різноманітними спорудами готелю (мотелю) – спортивним залом, басейном, сауною, дитячим майданчиком та ін., що створює ілюзію безкоштовності цих послуг.

Виїзд і проводи туристів як останній етап надання основних послуг супроводжується, як правило, піднесенням багажу до автомобіля перед готелем, викликом таксі, наданням допомоги в упакуванні речей та ін.

Зазначені етапи надання основних послуг взаємопов'язані та взаємозумовлені, кожен окремо й усі загалом визначають **якість готельних послуг**.

10.2. Додаткові готельні послуги як показник якості, конкурентоспроможності та культури обслуговування

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір *додаткових послуг*. Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят (а в німецьких готелях найвищої категорії кількість додаткових послуг досягає майже 300).

Незважаючи на різноманітність асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на **групи**, що мають загальні риси з точки зору задоволення попиту на них.

1. *Полегшують перебування туристів у готелі та туристичному районі:*

➤ *інформаційні* (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо);

➤ *комунально-побутові* (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);

➤ *посередницькі* (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо);

➤ *послуги автотуристам* (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);

➤ *надання* друкованої продукції, настольних ігор;

➤ *продаж* товарів;

➤ *прокат* спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;

➤ *зберігання* кореспонденції, цінностей.

2. *Збагачують знання туристів про район, країну* (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3. Підвищують рівень комфорту в номерах (подання закусок і напоїв до номера, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4. Задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексом зв'язком, комп'ютером тощо).

Перелік додаткових послуг істотно відрізняється в різних за видами та категоріями готелях. Готелі категорії «Люкс» або «5*» повинні надавати всі додаткові послуги самостійно. Для цього вони мають розгалужену мережу підрозділів (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, крамниці, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо), що виробляють і реалізують різноманітні додаткові послуги.

Готелі, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на їхнє надання із відповідними комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами, закладами культури та ін.

За **способом надання** додаткові послуги можуть бути платними та безплатними. До *безкоштовних послуг* належать:

- зберігання багажу в камерах схову (не більше двох місць);
- доставка телеграфної кореспонденції в номер;
- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер термометра, медикаментів першої необхідності;
- побудка гостей готелю в будь-який час (на їхнє прохання);
- доставка в номер довідкової та сувенірної реклами, фірмових конвертів і паперу;
- зберігання грошей, цінних паперів (відповідно до опису);
- надання довідкової інформації про розташування й режим роботи пунктів побутового обслуговування та інших послуг.

Удосконалюючи систему вітчизняного сервісу, необхідно наближати її до загальноприйнятих світових норм і стандартів.

У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування туристів. Так,

великою зручністю для гостей готелю є запровадження пластикових карток. Закодовані картки містять дані, необхідні для готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номеру), а електронний код слугує ключем для входу в номер.

Американські готельні фірми за допомогою такої картки забезпечують гостеві доступ до значної кількості послуг безпосередньо через телевізор у номері. Спеціальний пристрій, під'єднаний до телевізора, дозволяє туристові резервувати місця в ресторані, вибирати страви для подання їх у номер, порахувати баланс своїх витрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, взяти автомобіль напрокат тощо. Для ділового туриста готельні номери вже почали оснащувати автоматичними телефонами, комп'ютерами, машинами для передачі факсимільних зображень. Для отримання цих послуг туристові достатньо скористатися кредитною картою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і записуються на його рахунок.

10.3. Якість обслуговування туристів у готелях – важливий чинник розвитку туризму

10.3.1. Поняття якості послуг

У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх основних цілей. Світова практика розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування.

Дослідження показують, що головним чинником вибору клієнтом готелю ще раз є якість наданого йому обслуговування. Якщо привабити нового клієнта можна якісною рекламою чи розкішним інтер'єром, то вдруге він прийде тільки завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування.

Готельні послуги мають ряд особливостей, які дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити заздалегідь, оскільки її надання і споживання відбуваються одночасно;

послуги неможливо зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (клієнт бере участь у процесі надання послуги) тощо. Отже, якість послуги – це вся сукупність її особливостей, ознак і характеристик, що спираються на її здатність задовольняти заявлену або очікувану потребу клієнта.

Якість обслуговування – це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що зумовлює здатність якнайповніше задовольняти потреби туристів. Іншими словами, це – відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Тому стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність між отриманим і очікуваним. А критерієм ступеня задоволення клієнта виступає його бажання повернутися ще раз і порадити обраний ним готель своїм друзям і знайомим.

Отже, якість обслуговування в готельному господарстві – поняття комплексне, тісно пов'язане зі споживанням двох видів благ (товарів і послуг) і з двома видами відносин (матеріальних і нематеріальних). Нематеріальний елемент готельних послуг – це атмосфера, привабливість оточення, естетика, комфорт, відчуття, теплота обслуговування, доброзичливість, спокій і висока культура міжособистісного спілкування. До матеріальних належать номерний фонд, товарно-матеріальні ресурси та технологія надання послуг. Фізичні характеристики створюють контактну зону, в якій у процесі обслуговування взаємодіють той, хто надає, і той, хто споживає послуги. Тому правильне визначення критеріїв і показників якості обслуговування є досить складним. З **критерієм** пов'язана найзагальніша якісна характеристика та перспективні напрямки розвитку готельного господарства. Водночас він може виражатися системою показників, що дозволяють визначити якість обслуговування в окремих підприємствах готельного господарства, порівняти їх та виділити передові та відстаючі підприємства. Такими **показниками** для засобів розміщення можуть бути:

➤ забезпечення якнайшвидшого розміщення туристів у готелях, мотелях, кемпінгах тощо;

- надання організованим туристам, заздалегідь обумовленого (заброньованого) номера;
- забезпечення рівня обслуговування, що відповідає вимогам до даної категорії готелю та номера;
- дотримання санітарно-гігієнічного порядку в готелях (мотелях), що відповідає високим сучасним вимогам;
- наявність необхідної кваліфікації, знання іноземних мов, висока культура спілкування обслуговуючого персоналу з туристами;
- дотримання зовнішньої території та інтер'єру готелів у належному стані;
- надання широкого спектра додаткових туристичних послуг, пов'язаних із перебуванням туриста; створення умов для розваг з урахуванням особливостей контингенту туристів; забезпечення побутовими послугами та ін.

Світовий досвід свідчить, що необхідним інструментом гарантії відповідності якості послуг вимогам нормативно-технічної документації є **сертифікація**. У загальноприйнятій міжнародній термінології сертифікація – це комплекс заходів, що проводяться з метою підтвердження відповідності послуг готелю вимогам або стандартам, технічним умовам.

Розвиток сертифікації в економічному просторі різних держав має на меті забезпечення взаємного визнання результатів сертифікації продукції або послуг, що ґрунтується на гармонізації законодавчої бази, використанні єдиних стандартів і взаємно визнаних механізмів встановлення відповідності. При цьому виробник повинен забезпечити стабільне дотримання необхідних параметрів у допустимих межах і контролювати всі види своєї діяльності на всіх етапах виробництва (надання) послуг.

Конкурентоспроможність готельних послуг визначається рівнем їхньої *якості* і *ціни*. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів. Але підвищення якості пов'язане зі збільшенням витрат на надання послуг. Додаткові витрати, у свою чергу, збільшують собівартість, але з цього випливає і зростання продажів. При цьому збільшується загальна ефективність, що отримується від підвищення якості послуг.

Оптимальне співвідношення критерію «ціна/якість» готельних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу готелю на ринку.

10.3.2. Чинники формування якості обслуговування

Комплексний підхід до визначення якості туристичних послуг викликає необхідність класифікувати послуги за вищезначеними кількома **групами**: інформаційні послуги, послуги транспортних перевезень, послуги розміщення, послуги харчування, культурно-масові, фізкультурно-оздоровчі послуги, додаткові послуги. Якість цих послуг залишає в пам'яті туриста найстійкіше враження, оскільки саме вони щоденно задовольняють його першочергові потреби.

Якість обслуговування в готельному господарстві – динамічний показник, що постійно розвивається й удосконалюється. Його рівень різний не тільки в окремих готелях, але й в окремі роки та місяці в одному і тому ж готелі. Це свідчення того, що якість обслуговування формується під впливом багатьох і різних **чинників**. Виокремимо основні з них.

1. Державна політика в туристичній галузі. Одним із завдань державної політики в туристичній галузі є розробка та реалізація загальнонаціональної та регіональних програм стимулювання розвитку різних видів туризму. Це дозволяє кожному регіону визначати свій напрям розвитку туризму й створювати відповідну мережу засобів розміщення, ресторанного сервісу та іншу інфраструктуру туристичної індустрії.

Закон України «Про туризм» визначає державну політику розвитку туризму, спрямовану на раціональне використання та збереження туристичних ресурсів, становлення туризму як високорентабельної галузі економіки.

Так, Карпати, що мають досить цінні рекреаційні та бальнеологічні ресурси, можуть розвиватися як оздоровчий і культурно-туристичний комплекс не тільки українського, але й європейського та світового значення. Значні бальнеологічні та рекреаційні ресурси має Чорноморське-Азовське узбережжя. Однак складна економічна ситуація в цих регіонах гальмує сьогодні розвиток

рекреаційного туризму і ставить лише перспективні завдання щодо використання потенційних можливостей таких курортних комплексів, як Одеський, Бердянський та ін. На сьогодні в Одеському регіоні є реальні можливості для розвитку ділового та конгресового туризму. А це потребує створення могутньої, сучасної готельної індустрії та всієї інфраструктури туристичної галузі, що відповідають світовим стандартам.

У Законі України «Про туризм» визначені основні напрямки, форми та методи державної політики в галузі туризму; система, функції та конкретні повноваження відповідних органів виконавчої влади; головні принципи та правила туристичної діяльності. Закон дозволяє перейти від соціально-небезпечного хаотичного стану справ у туристичній сфері до впорядкованої та врегульованої правової системи відносин суб'єктів підприємництва, туристів, держави та її органів.

Цей закон сприятиме зацікавленості вкладання як вітчизняного, так і зарубіжного капіталу в будівництво готельних комплексів, забезпечить атестацію якості послуг туристичних підприємств відповідно до розробленої категоризації та стандартів якості. Особлива увага звертається на атестацію якості готельних послуг і ресторанного сервісу.

Отже, сучасна державна політика спрямована на прискорений розвиток туризму як однієї з найбільш високорентабельних галузей діяльності в світі.

2. Науково-технічний прогрес у готельному господарстві.

Від рівня запровадження досягнень НТП залежить і якість системи управління, планування, аналізу попиту на готельні послуги, підготовки кадрів, технічної оснащеності, експлуатаційного процесу та, можливо, найголовніше – розвиток матеріальної бази готельного господарства.

Об'єктивна оцінка готельного будівництва в нашій країні свідчить про значне відставання від світових стандартів у цій сфері. Готелі, збудовані у 80-х роках, морально застаріли ще на стадії будівництва. Тому в таких готелях відсутні великі зали для проведення дискотек, концертних програм, бізнес-центри, не кажучи вже про басейни, гаражі, казино та іншу технічну оснащеність, що

дозволяє надавати весь комплекс основних і додаткових послуг. Крім того, терміни будівництва готелів в Україні майже в п'ять разів довші, ніж за кордоном.

Світова готельна індустрія вийшла на сучасний, вищий рівень розвитку, тоді як наше вітчизняне готельне господарство розв'язувало «проблему», пов'язану з рівнем забезпеченості готельними місцями, що називалися «ліжко-місцями». Для її вирішення вже недостатньо дооснащення чи додаткового благоустрою готельного господарства. Потрібні заходи, спрямовані на комплексне переобладнання багатьох готельних підприємств та оснащення їх сучасними меблями, технологічним обладнанням, засобами автоматики та телемеханіки, електронною апаратурою управління, а також туристичним, спортивним інвентарем найновіших зразків. Тільки той туристичний комплекс може розраховувати на успіх і популярність серед населення і зарубіжних туристів, до схеми благоустрою якого входить широкий набір новітніх засобів для занять у будь-яку пору року спортом, оздоровчими процедурами, для творчої й ефективної роботи ділових людей, змістовного дозвілля та культурного відпочинку. І все це – тільки за високого рівня технічного й естетичного стану.

Науково-технічна політика в готельній галузі має бути спрямована на випереджальну схему формування своєї нормативно-правової бази та підвищені вимоги до її рівня порівняно з досягнутими. Причому розробка норм, показників, технічних умов та інших вимог має здійснюватись на основі наукових знань, винаходів, проектних рішень кращого вітчизняного і зарубіжного досвіду, досягнень науки та техніки і в інших галузях.

Отже, тільки впровадження результатів НТП дозволить у найкоротші терміни вивести готельне господарство на міжнародний рівень і за масштабами, і за рівнем його класності, і за якістю обслуговування.

3. Структура засобів розміщення за видами. Різноманітність готелів дозволяє туристам зробити вибір, порівняти умови проживання, рівень послуг і якнайповніше задовольнити попит відповідно до власних доходів, індивідуальних особливостей і виду туризму.

Кожна країна, згідно з умовами і можливостями розвитку туризму, надає перевагу основним або додатковим засобам розміщення. Наприклад, в Іспанії та Австрії пріоритет надано готелям і мотелям, у Греції майже однакова кількість основних і додаткових засобів, а в Італії та Югославії переважають додаткові, тобто кемпінги, приватні квартири. У Болгарії переважають готелі та кемпінги, а в останні роки широко почав використовуватись житловий фонд населення, однак мало інших видів засобів розміщення, таких як мотелі, туристичні селища тощо. В Україні найпоширенішими видами засобів розміщення є готелі, туристичні бази, кемпінги (див. додаток Г, таблиці 1, 2).

Істотно впливає на якість обслуговування категоризація готелів (мотелів) та номерного фонду.

4. Територіальний розподіл засобів розміщення. Готелі, мотелі, кемпінги, розташовані на морському узбережжі, функціонують упродовж короткого часу, тобто їхня діяльність характеризується яскраво вираженою сезонністю, що негативно позначається на якості обслуговування. Нерівномірне навантаження на працівників знижує їхню кваліфікацію, а коливання в завантаженні готелів, мотелів, кемпінгів призводять до морального та фізичного зносу матеріальної бази. Щорічна консервація цих підприємств спричиняє пошкодження обладнання, устаткування, оснащення, а ремонт проводиться не завжди якісно та своєчасно. Отже, *збільшення тривалості туристичного сезону* – важлива передумова підвищення якості обслуговування в готелях, з одного боку, та зростання доходів – з іншого.

5. Особисті якості керівництва й оперативних працівників готелів. Нематеріальний характер послуг у готельному господарстві зумовлює значну залежність якості обслуговування від суб'єктивних факторів, тобто особистих якостей керівників, адміністраторів, працівників служби прийому і розміщення, служби харчування та ін.

Як керівні та оперативні працівники можуть впливати на якість обслуговування? *По-перше*, це постійне спостереження за настроєм туристів і вживання заходів щодо його поліпшення. *По-друге*, своєчасне виявлення специфічних вимог туристів залежно

від національності, віку, професії, інтересів та ін. для організації їхнього диференційованого обслуговування. *По-третє*, підтримання серед персоналу готовності надати різноманітні та високоякісні послуги. *По-четверте*, створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі.

Частина особистих якостей персоналу підлягає оцінці – рівень освіти, трудовий стаж, вік та ін. Ці показники мають самостійне значення, але на їх основі можна зробити й узагальнюючі оцінки, тому що вони певною мірою взаємопов'язані та доповнюють одна одну. Наприклад, трудовий стаж за спеціальністю може частково компенсувати відсутність необхідної освіти; вік має значення для усталеності кадрів, сприйняття нововведень та ін. Істотними показниками якості обслуговування є культура праці, естетика виробництва, культура поведінки, спілкування, мови персоналу.

10.3.3. Фактори впливу на якість обслуговування у готельних комплексах

На якісне обслуговування в готелях впливають такі фактори:

1. *Стан матеріально-технічної бази*: зручне планування та якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями й устаткуванням, наявність повних комплектів високоякісної білизни, сучасного високопродуктивного кухонного обладнання, зручних ліфтів тощо.

2. *Прогресивна технологія обслуговування*. Вона визначає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів; реєстрацію і розрахунок із клієнтами та ін.

3. *Високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу*, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя.

4. *Управління якістю обслуговування*, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках готелю. Це – найважливіший фактор якості обслуговування в сучасних готелях.

Якість обслуговування значною мірою залежить від рівня організації *реклами та надання інформаційних послуг*. Естетична

й ефективна реклама передбачає: розробку та виготовлення в єдиному стилі фірмових знаків; підбір графічних елементів; раціональне розміщення на території готельних комплексів інформаційних стендів. Наприклад, виготовлення дрібноформатних концентратів інформації з використанням загальноприйнятої міжнародної символіки й емблематики та розміщення їх у місцях постійного збору туристів (ліфтах та ін.) дозволяє значно зменшити навантаження на довідкову службу і підвищити культуру обслуговування туристів.

Невичерпним резервом підвищення якості обслуговування туристів є *розширення переліку додаткових послуг*. Крім традиційних послуг, кожне готельне підприємство з урахуванням своєї специфіки та контингенту туристів, може постійно урізноманітнювати і розширювати сферу послуг. Чимало готелів для бізнесменів як додаткові послуги у вихідні дні пропонують полювання, риболовлю, морські прогулянки тощо. Для розширення й зміцнення ділових контактів адміністрація готелів організовує зустрічі за інтересами, проведення «круглих столів» безпосередньо на підприємстві, а також виставки-продажі творів мистецтва.

Важливою умовою дотримання постійно високого рівня якості обслуговування є *контроль*. Із цією метою на підприємствах готельного господарства створюють комплексні наскрізні групи якості, основними завданнями яких є: підготовка та впровадження пропозицій щодо підвищення якості, участь у розробці нормативних вимог щодо якості основних видів послуг; удосконалення технології процесу обслуговування та організації праці; вивчення та впровадження передового вітчизняного та зарубіжного досвіду, нових форм обслуговування туристів; контроль за якістю обслуговування.

Досить ефективним й об'єктивним методом контролю якості є анкетні опитування туристів. Спеціальні анкети для контролю за якістю містять перелік запитань, що дозволяє виявити ступінь відповідності якості обслуговування в готелі вимогам, що їх висувають туристи.

Запитання та завдання для самоконтролю

- 1. Назвіть та охарактеризуйте етапи надання основних послуг у готелях.*
- 2. Розкрийте особливості бронювання місць у готелях.*
- 3. Охарактеризуйте етап реалізації основних готельних послуг.*
- 4. Назвіть групи додаткових послуг, які виділяються у готельному господарстві з точки зору задоволення попиту на них.*
- 5. Як поділяються послуги за способом їхнього надання? Назвіть послуги, що належать до безкоштовних.*
- 6. Дайте визначення поняття «якість обслуговування». Розкрийте особливості готельних послуг.*
- 7. Назвіть показники, які використовуються для визначення якості обслуговування в окремих готельних підприємствах.*
- 8. Розкрийте сутність «сертифікації» готельних послуг.*
- 9. Дайте характеристику чинників, що впливають на формування якості обслуговування.*
- 10. Назвіть фактори впливу на якість обслуговування в окремих закладах готельного господарства.*
- 11. Як впливає рівень організації реклами та надання інформаційних послуг на якість обслуговування в готельних комплексах?*

Тести для самоконтролю

1. Поняття «гостинності». Ретроспективний аналіз розвитку готельного господарства

1. Гостинність як науковий термін – це...

- а) система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування наданням низки послуг;
- б) результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача;
- в) сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг;
- г) результат діяльності готельного підприємства, спрямованої на задоволення відповідних потреб туриста.

2. Ринок готельних послуг – це...

- а) система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування наданням низки послуг;
- б) результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача;
- в) сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг;
- г) результат діяльності готельного підприємства, спрямованої на задоволення відповідних потреб туриста.

3. Термін «гостинність» був уведений...

- а) інспекторами Міжнародної готельної асоціації у 1972 р.;
- б) експертами ХОТРЕК у 1982 р.;
- в) інспекторами Всесвітньої туристичної організації у 1985 р.;
- г) фахівцями Міжнародної асоціації готелів і ресторанів у 1990 р.

4. Готельні послуги поділяються на:

- а) основні і додаткові;
- в) платні і безкоштовні;
- б) основні і допоміжні;
- г) послуги розміщення і харчування.

5. У будь-якому засобі розміщення виділяють такі основні підрозділи (виберіть правильні відповіді):

- а) адміністрацію;
- б) гесертіон;
- в) службу управління номерним фондом;
- г) харчування;
- д) туристичні і транспортні;
- е) інженерно-технічну службу;
- є) фінансові служби;
- ж) допоміжні та другорядні служби.

6. Середовище гостинності визначається поєднанням таких чинників:

- а) зовнішніх і внутрішніх;
- б) зовнішніх і спеціалізованих;
- в) економічних і політичних;
- г) спеціалізованих і неспеціалізованих.

7. До зовнішніх чинників, що впливають на середовище гостинності відносять (виберіть правильні відповіді):

- а) економічні;
- б) природні;
- в) політичні;
- г) культурні;
- д) біосоціальні;
- е) соціальні.

8. Ресурси гостинності охоплюють оцінку природних ресурсів за такими аспектами (виберіть правильні відповіді):

- а) функціональним;
- б) екологічним;
- в) політичним;
- г) естетичним;
- д) культурно-історичним;
- е) історико-архітектурним;
- є) біосоціальним.

9. Роком народження професій гостинності у США вважається:

- а) 1956 р.;
- б) 1945 р.;
- в) 1986 р.;
- г) 2000 р.

10. Індустрія гостинності є збірним поняттям, що охоплює:

- а) всю сферу послуг, включаючи готельну та ресторанну справу, туристський і транспортний бізнес, рекреаційну індустрію, конгресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес;
- б) діяльність готельних та ресторанних підприємств;
- в) сферу послуг, що надає населенню різноманітні послуги з розміщення, харчування, дозвілля.

11. У «Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» готелями та аналогічними засобами розміщення вважають:

- а) майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання;
- б) підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги;
- в) будь-який об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам місця для ночівлі.

12. У розвитку готельного господарства виділяють такі етапи (виберіть правильні відповіді):

- а) Стародавній;
- б) Античний;
- в) Середньовічний;
- г) Давньоримський;
- д) Новий час;
- е) Американський;
- є) Сучасний.

13. Таверни і заїжджі двори були притаманні...

- а) Середньовічному етапові розвитку готельного господарства;
- б) Стародавньому етапові розвитку готельного господарства;
- в) Новому часу в розвитку готельного господарства;
- г) Сучасному періодові розвитку готельного господарства.

14. На Близькому Сході, в Азії та Закавказзі першими закладами розміщення були:

- а) ями;
- б) таверни;
- в) караван-сараї;
- г) заїжджі двори.

15. Хто сприяв розвитку готельної справи в Європі у VIII-IX ст.?

- а) Карл Великий;
- б) Генріх IX;
- в) Петро I;
- г) Папа Клемент VIII.

16. У руських містах в період Середньовіччя були поширені:

- а) поштові станції;
- б) каретні двори;
- в) корчми;
- г) гостинні двори.

17. Одним із перших комфортабельних готелів у Європі став готель, збудований у м. Нант у 1788 році. Це був:

- а) «Готель Генріха IV»;
- б) «Moris»;
- в) «Tremont House»;
- г) «Савой».

18. «Прабатьком сучасної готельної індустрії» вважався готель, збудований у 1829 році у м. Бостон (США):

- а) «City Hotel»; в) «Tremont House»;
б) «Moris»; г) «Adelphi».

19. Міжнародна спілка власників готелів була зорганізована у:

- а) 1906 р.; б) 1900 р.; в) 1890 р.; г) 1910 р.

20. Готельний ланцюг передбачає...

- а) об'єднання або будівництво готелів під спільною назвою;
б) об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, що проводиться під єдиним керівництвом, у межах єдиної концепції просування продукту і під спільною торговою маркою;
в) управління готельним бізнесом на умовах франчайзингу з метою просування готельного продукту під спільною торговою маркою.

21. Згідно з класифікацією, запропонованою Міжнародною готельною асоціацією (МГА), готельні ланцюги можна умовно поділити на такі категорії (виберіть правильні відповіді):

- а) корпоративні ланцюги;
б) ланцюги незалежних підприємств;
в) першокласні ланцюги;
г) ланцюги економ класу;
д) ланцюги, що надають управлінські послуги.

22. Першим готельним ланцюгом у світі вважається:

- а) Cesar Ritz; в) Holiday Hospitality;
б) Marriott Hotels; г) Accor.

23. Диверсифікація готельного підприємства визначається:

- а) звуженням готельних послуг;
б) розширенням готельних послуг;
в) спеціалізацією на обслуговуванні певного контингенту споживачів;
г) цілісною концепцією, що пронизує всі види діяльності.

24. Десятку провідних готельних ланцюгів світу у 2000 році очолювала мережа...

- а) Hospitality Franchise System;
б) Marriott Hotels;
в) Holiday Hospitality;

- г) Accor;
- д) Best Western International.

25. Найвизначнішими представниками готельного бізнесу вважаються (виберіть правильні відповіді):

- а) Цезар Рітц;
- б) Рей Крок;
- в) Елсворт Статлер;
- г) Кемонс Вілсон;
- д) Джон Маріот;
- е) Томас Кук;
- є) Конрад Гілтон.

2. Розвиток готельної справи в Україні

1. На Русі готельна справа зародилася у...

- а) X-XI ст.;
- б) XII-XIII ст.;
- в) другій половині XX ст.;
- г) XIV-XV ст.

2. Попередники перших готелів на Русі називалися...

- а) тавернами;
- б) караван-сараями;
- в) ямами;
- г) корчмами.

3. На чумацьких і торговельних шляхах України у XVI – першій половині XVII ст. пристановищем для подорожніх були:

- а) заїжджі двори;
- б) поштові станції;
- в) каретні двори;
- г) корчми.

4. На початку XIX ст. центром розвитку туризму будівництва готелів став:

- а) Львів;
- б) Київ;
- в) Харків;
- г) Луцьк.

5. Одним із найбільших і найпопулярніших готелів Києва у XIX ст. вважався:

- а) «Зелений готель»;
- б) «Готель-Савой»;
- в) «Європейський»;
- г) «Гранд-Готель».

6. У 1901 р. готелі Києва умовно поділялися на такі групи (виберіть правильні відповіді):

- а) готелі розміщені поруч із вокзалами;
- б) готелі розташовані в центрі міста;
- в) суперзіркові готелі;
- г) готелі другого класу;

14. У вересні 2003 року в Україні створена перша готельна мережа...

- а) «Premier Hotels»; в) «Готелі України»;
- б) «Hotels of Ukraine»; г) «Готелі прем'єр-класу».

15. Членами першої готельної мережі України стали (виберіть правильні відповіді):

- а) «Donbass Palace» у Донецьку;
- б) «Premier Palace» у Києві;
- в) «Ореанда» у Ялті;
- г) «Дністер» у Львові;
- д) «Star» у Мукачевому;
- е) «Лондонський» в Одесі;
- ж) «Жорж» у Львові.

3. Види сучасних засобів розміщення

1. За визначенням ВТО, засіб розміщення – це будь-який об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам:

- а) місце для ночівлі; в) місце для перебування;
- б) місце для проживання; г) місце для відпочинку.

2. Готелі – це класичний тип підприємств розміщення, що характеризуються такими ознаками (виберіть правильні ознаки):

- а) номерним фондом, що перевищує певний мінімум;
- б) набором обов'язкових послуг;
- в) певним набором допоміжних послуг;
- г) заклад для тривалого перебування туристів;
- д) не пропонує харчування;
- е) певним асортиментом додаткових послуг.

3. Приміщення, що складається з одного або кількох місць, обладнане згідно з вимогами, що ставляться до готелю даної категорії, це - ...

- а) засіб розміщення; г) туристський притулок;
- б) номер; д) намет.
- в) кімната;

4. Згідно з класифікацією ВТО, всі засоби розміщення ділять на:

- а) групові та індивідуальні;
- б) колективні та приватні;
- в) індивідуальні та колективні;
- г) спеціалізовані та індивідуальні.

5. До індивідуальних засобів розміщення відносять:

- а) будинки відпочинку, туристські притулки, квартири;
- б) будинки, квартири, кімнати в квартирах;
- в) мебльовані кімнати, гуртожитки, туристичні бази;
- г) пансіони, апарт-готелі, кімнати в квартирах, котеджі.

6. За розміщенням на території певної місцевості готелі поділяються на (виберіть правильні відповіді):

- а) розташовані в сільській місцевості;
- б) розташовані в приміській місцевості;
- в) розташовані при вокзалах;
- г) розташовані в місті (в центрі, на околицях);
- д) розташовані в гірській місцевості.

7. За способом надання харчування клієнтам готелі поділяються на такі (виберіть правильні відповіді):

- а) забезпечують харчування;
- б) надають тільки сніданок;
- в) забезпечують напівпансіон;
- г) не пропонують харчування;
- д) забезпечують повний пансіон.

8. Засіб розміщення, призначений для туристів, які подорожують автотранспортом, це –

- а) транзитний готель;
- б) готель цільового призначення;
- в) спеціалізований готель;
- г) мотель;
- д) ротель;
- е) кемпінг.

9. Ротель – це засіб розміщення, призначений для тих, хто подорожує...

- а) автомобілем;
- б) плавзасобом;
- в) літаком;
- г) автомобілем із трейлером;
- д) мотоциклом чи велосипедом.

10. Готелі, призначені для власників літаків, це –

- а) ротелі; б) флотелі; в) флайтелі; г) флотокемпінги.

11. Сезонні або цілорічні заклади, розташовані на березі в початкових чи кінцевих зонах маршруту через 150-200 км, що складаються з житлових корпусів готельного типу із системою культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і пристроїв технічного обслуговування плавзасобів, це –

- а) ротелі;
- б) флотелі;
- в) ботелі;
- г) ботокемпінги;
- д) флотокемпінги.

12. «Марина» – це особливий тип споруди водного туризму, призначений для...

- а) постійного паркування рекреаційного флоту мешканців міста, а також для тимчасових стоянок суден та обслуговування транзитних водних туристів;
- б) обслуговування водних туристів у поході, мають стаціонарні заклади і споруди технічного обслуговування плавзасобів та розташовані на маршруті через 70-100 км;
- в) туристів, які відпочивають активно.

13. Готелі для відпочинку повинні відповідати таким вимогам (виберіть правильні відповіді):

- а) розташовуватися серед зелених масивів, максимально віддалених від міських центрів;
- б) у номерному фонді повинні переважати двомісні номери;
- в) обов'язкова організація в номері робочої зони (наявність письмового столу, робочого крісла, настільного освітлення, письмового приладдя і засобів оргтехніки та ін.);
- г) максимальна ізоляція номерів від зовнішнього середовища з метою забезпечення умов для зосередженої роботи;
- д) обов'язкова наявність дитячих майданчиків, майданчиків для відпочинку, занять спортом, приміщень для ігор і розваг;
- е) наявність приміщень для проведення нарад, переговорів, семінарів тощо, бізнес-центру та служб фінансового забезпечення.

14. Транзитні готелі характеризуються тим, що (виберіть правильні відповіді):

- а) обслуговують будь-який контингент в умовах короткотривалої зупинки;
- б) розташовуються на територіях великих транспортних вузлів (залізничних вокзалів, аеропортів, морських і річкових вокзалів, автовокзалів);

- в) надають послуги клієнтам під час довготривалого перебування;
- г) рівень обслуговування та асортимент послуг мінімальний;
- д) надають триразове харчування;
- е) харчування здебільшого не надається.

15. Готелі для відпочинку мають власні характерні особливості і поділяються на:

- а) курортні, стаціонарні, туристсько-екскурсійні;
- б) туристичні готелі, туристичні бази, туристичні станції, туристичні притулки, туристичні хатинки;
- в) курортні, лікувально-оздоровчі, купально-пляжні;
- г) профілактичні, сімейного типу, курортні, екскурсійні.

16. Сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами – це

- а) котеджі; б) флотелі; в) бунгало; г) шале; д) пансіони.

17. Таймшер – порівняно новий вид готельних послуг, який характеризується такими особливостями (виберіть правильні варіанти):

- а) налічує від 50 до 250 номерів, можливі окремі будівлі;
- б) має номерний фонд квартирного типу та умови й організацію послуг, аналогічні до курортних готелів;
- в) розташовується в початкових і кінцевих точках водних маршрутів;
- г) окремі квартири продаються індивідуальним власникам (на термін від 10 років до безстрокового користування), однак повна власність контролюється компанією управління;
- д) час користування вимірюється тижнями;
- е) послуги надаються власниками квартир.

18. Ботокемпінги – це (виберіть ознаки, що характеризують даний вид засобу розміщення)

- а) заклади сезонного використання на зразок кемпінга з невисоким рівнем комфорту, призначені для обслуговування водних туристів у поході;
- б) мають стаціонарні заклади і споруди технічного обслуговування плавзасобів та розташовані на маршруті через 70-100 км;
- в) плаваючий мотель, що є спеціально облаштованим судном, яке складається із плаваючих корпусів різного призначення;
- г) мають ділянки для наметів, майданчики відпочинку, адміністративні будинки, а також пляжі, причали, елінги та ремонтні майстерні зі скороченою програмою обслуговування;

Круль Г.Я. Основи готельної справи

- д) готелі з наплавних споруд, розташовані на маршруті через 20-25 км;
- е) громадські стоянки, призначені для постійного паркування рекреаційного флоту мешканців міста.

19. Сільський будиночок в горах – це

- а) котедж;
- б) флотель;
- в) бунгало;
- г) шале;
- д) пансіон.

20. Поверховість готелів залежить від таких чинників (виберіть правильні відповіді):

- а) економічних;
- б) містобудівних умов;
- в) кліматичних умов;
- г) нормативних вимог;
- д) конструкцій і будівельних матеріалів;
- е) соціальних умов;
- є) методів будівництва будівель.

4. Системи класифікації готелів у світі

1. Класифікація готелів – це

- а) визначення відповідності конкретного готелю і номерів критеріям або стандартам обслуговування;
- б) розрядність готелю, що впливає на його престиж, формування клієнтури, вартість готельних послуг;
- в) атестація готелів, спрямована на надання йому певної категорії;
- г) інспектування готелю щодо присвоєння йому конкретного розряду.

2. ВТО спробувала запровадити універсальну систему класифікації готелів у...

- а) 1970 р.;
- б) 1972 р.;
- в) 1980 р.;
- г) 2000 р.

3. Сьогодні у світі діє...

- а) близько 30 різних систем класифікації готелів;
- б) близько 40 систем класифікації готелів;
- в) понад 35 систем класифікації;
- г) 25 систем класифікації готелів.

4. До країн, де немає офіційної системи класифікації готелів, належать (виберіть правильні відповіді):

- а) Україна;
- б) США;
- в) Росія;
- г) Японія;
- д) Великобританія;
- е) Франція.

5. Основним критерієм класифікації готелів у всіх країнах є:

- а) місце розташування;
- б) рівень комфорту;
- в) якість обслуговування;
- г) інженерно-технічне устаткування;
- д) рівень підготовки персоналу.

6. Головні критерії класифікації готелів за рівнем комфорту можна об'єднати у дві групи:

- а) статистичні і динамічні;
- б) якісні і кількісні;
- в) динамічні і статичні;
- г) механічні і динамічні.

7. Динамічні показники комфорту визначаються:

- а) на етапі проектування та зведення споруди готелю й залежать від архітектурно-планувальних особливостей будівлі, функціонального складу та площі приміщень, їх технічного оснащення;
- б) на етапі експлуатації готелю (характеристики санітарного стану приміщень, асортименту та якості процесу надання послуг, кваліфікації та професійних навичок персоналу, культури спілкування тощо).

8. У міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг готелів на сучасному етапі сформувались два підходи (виберіть правильні варіанти):

- а) системний;
- б) якісний;
- в) математичний;
- г) ментальний;
- д) кількісний.

9. У США немає єдиної офіційної системи класифікації готелів. Проте найвищий статус присуджується двома організаціями (виберіть правильні варіанти відповіді):

- а) American Automobile Association (AAA) – «П'ять діамантів»;
- б) National American Association – «П'ять корон»;
- в) Mobile Travel Guide – «П'ять зірок»;
- г) American Hotels Association – «П'ять букв».

10. У майбутньому у США передбачається виділення трьох типів готелів (виберіть правильні відповіді):

- а) готелі класу «люкс»;
- б) готелі бізнес-класу;
- в) готелі середнього рівня;
- г) апартамент-готелі;
- д) невеликі затишні готелі.

11. Найпоширенішою у світі вважається...

- а) індійська система класифікації готелів;
- б) німецька система класифікації готелів;
- в) французька система класифікації готелів;
- г) грецька система класифікації готелів;
- д) китайська система класифікації готелів.

12. Французька національна класифікація встановлює для туристичних готелів 6 категорій:

- а) 5 – із присвоєнням певної кількості зірок (1*, 2*, 3*, 4*, 4*-Люкс), одна – без зірки;
- б) 1*, 2*, 3*, 4*, 4*-Люкс, 5*;
- в) 1 категорія – без зірки, решта – з присвоєнням зірок від 1* до 5*.

13. Особливістю індійської класифікації готелів є те, що категорії готелям присвоюють на основі...

- а) бальної оцінки готелів;
- б) якісної оцінки готелів;
- в) кількісної оцінки;
- г) експертної оцінки готелів

14. У Греції при класифікації готелів використовують:

- а) бальну систему (100, 200, 300, 400, 500 балів);
- б) буквену систему (А, В, С, D);
- в) зіркову систему (1*, 2*, 3*, 4*, 5*);
- г) систему розрядів (I, II, III, IV, V);
- д) систему корон.

15. Згідно з німецькою класифікацією готельні підприємства поділяються на:

- а) 5 класів (туристський, стандартний, комфортний, перший, люкс);
- б) 5 категорій (економічна, перша, друга, вища, люкс);
- в) 5 розрядів (I, II, III, IV, V);
- г) 5 рівнів (вищий, перший, середній, економічний, нижчий).

16. На фасадах англійських готелів зображають не зірки, а...

- а) напівсонця;
- б) корони;
- в) піраміди;
- г) сніжинки.

17. Щоб перевести категорію англійських готелів з «мови корон» на «зіркову мову», потрібно...

- а) від загальної кількості корон відняти одну;
- б) до загальної кількості корон додати одну;

- в) до кількості корон додати дві;
- г) кількість корон відповідає кількості зірок.

18. Особливістю класифікації британських готелів є (виберіть правильні відповіді):

- а) використання корон (чи зірок) чорного і червоного кольорів;
- б) кожне підприємство інспектується щорічно;
- в) інспектуванням займається Автомобільна Асоціація Великої Британії;
- г) категорія готелю присвоюється на 5 років;
- д) категорію присвоює готелю Асоціація британських турагенцій.

19. В Іспанії існують державні підприємства прийому туристів, до яких відносять старі фортеці, замки, палаці, обладнані як готелі «люкс». Вони називаються:

- а) парадори;
- б) стабулярії;
- в) мансіонес;
- г) гостьові будинки.

20. Клас готелів у скандинавських готелях позначається:

- а) напівсонцями;
- б) зірками;
- в) місяцями;
- г) сніжинками.

21. Власний підхід до класифікації готелів мають готельні ланцюги. Переважно у них виділяються не категорії, а, що поширюються на всі готелі конкретного ланцюга (виберіть правильну відповідь). У них враховується не тільки рівень комфорту, але й призначення, місце розташування та деякі інші критерії.

- а) класи;
- б) рівні;
- в) марки;
- г) розряди.

22. Вперше класифікацію готельного фонду України було здійснено в межах загальної для СРСР системи класифікації готелів і готельних номерів у році, згідно з якою вони поділялися на ...

- а) 1945 році, на 5 класів;
- б) 1952 році, на 4 розряди;
- в) у 1980 році, на 4 категорії;
- г) у 1960 році, на 5 рівнів.

23. Міждержавний стандарт класифікації готелів в Україні, за яким готелі поділялися на 5 категорій, що позначалися «зірками», почав діяти з...

- а) 1 січня 1990 року;
- б) 1 січня 1997 року;
- в) 1 квітня 1980 року;
- г) 1 травня 1995 року.

24. Міжнародним стандартом при класифікації готелів в Україні в 90-х роках було визнано:

- а) російський державний стандарт;
- б) американський стандарт;
- в) французький стандарт;
- г) європейський стандарт.

25. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів» був уведений в дію з...

- а) 2004 року;
- б) 2000 року;
- в) 1980 року;
- г) 1995 року.

5. Призначення готелів, їх розташування у структурі міста

1. Модель розміщення готелів у планувальній структурі міста така (виберіть правильні відповіді):

- а) в центрі міста;
- б) на порозі міста;
- в) на полях;
- г) за межами міста;
- д) на територіях, прилеглих до центру;
- е) в центрі житлових районів і мікрорайонів;
- є) на території промислових підприємств.

2. У повосенний період великі готелі здебільшого споруджувалися:

- а) у житлових мікрорайонах;
- б) на порозі міста;
- в) у центрі міста;
- г) за межами міста.

3. Перевагами децентралізації мережі міських готелів є (виберіть правильні відповіді):

- а) більша кількість придатних для будівництва територій;
- б) нижча вартість землі;
- в) добра транспортна доступність;
- г) наявність комунікаційних мереж;
- д) вища комфортність середовища.

4. Розміщення готелів на порозі міста і за його межами в основному зорієнтоване на:

- а) іноземних туристів;
- б) пішохідних туристів;
- в) автотуристів;
- г) екскурсантів.

5. Основними чинниками, що визначають вибір ділянки для розміщення готельного комплексу, є (виберіть правильні відповіді):

- а) архітектурно-ландшафтні;
- б) політичні;
- в) містобудівні;
- г) екологічні;
- д) естетичні;
- є) інженерно-економічні.

6. Містобудівні чинники, що впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють (виберіть правильні варіанти):

- а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на майданчику чи на прилеглий території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) наявність міських інженерних комунікацій;
- е) наявність доброго зв'язку з центром міста, залізничним вокзалом, аеропортом.

7. Архітектурно-ландшафтні чинники, які враховують при виборі ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють (виберіть правильні варіанти):

- а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на майданчику чи на прилеглий території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) наявність міських інженерних комунікацій.

8. Екологічні чинники, які впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють (виберіть правильні варіанти):

- а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на майданчику чи на прилеглий території;
- в) оптимальні геометричні обриси ділянки;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) комфортність території.

9. Інженерно-економічні чинники, які впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють (виберіть правильні варіанти):

- а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
- б) наявність природних компонентів на майданчику чи на прилеглий території;

- в) наявність міських інженерних комунікацій;
- г) урахування транспортних комунікацій;
- д) комфортність території.

10. Де на території України доцільно будувати готелі з урахуванням архітектурно-ландшафтних вимог?

- а) на сході України;
- б) у Криму;
- в) в центральній частині України;
- г) на півночі країни;
- д) на заході України.

6. Основні фонди готельного господарства

1. Матеріально-технічна база готельного господарства – це...

- а) сукупність усіх засобів і предметів праці, що використовуються в процесі створення та надання готельних послуг;
- б) частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі;
- в) частина засобів праці, що одноразово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі;
- г) частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю чи частково зберігає свою натуральну форму, переносить свою вартість на послуги частинами у міру спрацювання й відшкодовує свою вартість у процесі реалізації послуг.

2. Яке з наведених нижче визначень стосується «основних фондів»?

- а) сукупність усіх засобів і предметів праці, що використовуються в процесі створення та надання готельних послуг;
- б) частина засобів праці, що одноразово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі;
- г) частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю чи частково зберігає свою натуральну форму, переносить свою вартість на послуги частинами у міру спрацювання й відшкодовує свою вартість у процесі реалізації послуг.

3. За ознакою участі у виробничо-експлуатаційному процесі поділяються на дві економічні групи:

- а) виробничі та невиробничі основні фонди;
- б) пасивні та активні;

- в) первинні та вторинні;
- г) моральні та фізичні.

4. До виробничих фондів належать:

- а) засоби праці, які використовуються у виробничо-експлуатаційному процесі;
- б) засоби праці, які або використовуються у виробничо-експлуатаційному процесі, або сприяють його здійсненню;
- в) засоби праці, які сприяють здійсненню виробничо-експлуатаційного процесу;
- г) фонди, які служать для задоволення побутових і соціально-культурних потреб працівників.

5. До невиробничих фондів належать:

- а) засоби праці, які використовуються у виробничо-експлуатаційному процесі;
- б) засоби праці, які або використовуються у виробничо-експлуатаційному процесі, або сприяють його здійсненню;
- в) фонди, які сприяють здійсненню виробничо-експлуатаційного процесу;
- г) фонди, які служать для задоволення побутових і соціально-культурних потреб працівників.

6. Найбільшу частку у складі основних фондів готельного господарства займають:

- а) автотранспортні засоби;
- б) будівлі і споруди;
- в) машини та обладнання;
- г) меблі та інвентар.

7. Основними будівлями у складі основних фондів готельного господарства вважаються:

- а) готелі в комплексі та окремо розташовані спальні корпуси, ресторани, спортивні комплекси з басейном, кінотеатри та ін.;
- б) котельні, пральні, склади, овочесховища, гаражі та інші окремо розташовані будівлі;
- в) водопідйомні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води та ін. пристрої;
- г) спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони тощо.

8. До допоміжних будівель у складі основних фондів готельного господарства відносять:

- а) готелі в комплексі та окремо розташовані спальні корпуси, ресторани, спортивні комплекси з басейном, кінотеатри та ін.;
- б) котельні, пральні, склади, овочесховища, гаражі та інші окремо розташовані будівлі, що знаходяться на балансі готельного підприємства;
- в) водопідйомні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води та ін. пристрої;
- г) спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони тощо.

9. Залежно від конкретної ролі в процесі надання послуг, основні фонди готелю поділяються на:

- а) виробничі та невиробничі;
- б) пасивні та активні;
- в) первинні та вторинні;
- г) моральні та фізичні.

10. До пасивних основних фондів належать:

- а) житлові номери з меблями та іншими предметами господарського та культурного призначення, машини, обладнання, інструмент;
- б) деякі види споруд, готельні корпуси, передавальні пристрої, засоби комунікації;
- в) водопідйомні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води та ін. пристрої;
- г) спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони тощо.

11. Активними основними фондами вважаються:

- а) житлові номери з меблями та іншими предметами господарського та культурного призначення, машини, обладнання, інструмент;
- б) деякі види споруд, готельні корпуси, передавальні пристрої, засоби комунікації;
- в) водопідйомні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води та ін. пристрої;
- г) спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони тощо.

12. За ступенем використання основні фонди поділяються на такі, що (виберіть правильні відповіді):

- а) експлуатуються;

- б) знаходяться в запасі (резерві);
- в) перебувають на стадії добудови, дообладнання, реконструкції та часткової ліквідації;
- г) законсервовані;
- д) всі відповіді правильні.

13. За формами власності основні фонди поділяються на:

- а) виробничі та невиробничі основні фонди;
- б) пасивні та активні;
- в) первинні та вторинні;
- г) державні та приватні.

14. Співвідношення вартості окремих груп основних фондів до їхньої загальної вартості, виражене відсотками, називається...

- а) структурою основних фондів;
- б) будовою основних фондів;
- в) організацією основних фондів;
- г) сукупністю основних фондів.

15. Особливістю основних фондів є те, що вони багаторазово беруть участь у виробничому процесі і внаслідок цього знецінюються та зношуються. Розрізняють два види зносу:

- а) фізичний і моральний;
- б) активний і пасивний;
- в) первинний та вторинний;
- г) матеріальний і духовний.

16. Під фізичним зносом основних фондів розуміють...

- а) втрату ними своїх виробничо-технічних якостей у результаті їхнього використання в процесі праці, а також впливу природно-кліматичних умов;
- б) невідповідність їх сучасним вимогам;
- в) неякісне їхнє використання в процесі експлуатації.

17. Моральний знос основних фондів полягає у...

- а) втраті ними своїх виробничо-технічних якостей у результаті їхнього використання в процесі праці;
- б) невідповідності їх сучасним вимогам;
- в) неякісному їхньому використанні в процесі експлуатації.

18. Тривала експлуатація основних фондів, поступове їх зношення потребують застосування кількох видів вартісної оцінки (виберіть правильні відповіді):

- а) за повною первісною вартістю;
- б) за вторинною вартістю;
- в) за повною відновною вартістю;
- г) за залишковою вартістю;
- д) за реальною вартістю.

19. Фактичні витрати на будівництво, придбання, доставку та монтаж, включаючи послуги сторонніх організацій (постачальника, посередника, підрядників та інших), пов'язані із придбанням основних фондів, відображає:

- а) повна первісна вартість;
- б) вторинна вартість;
- в) повна відновна вартість;
- г) залишкова вартість;
- д) реальна вартість.

20. Вартість основних фондів у діючих цінах на момент їхньої переоцінки показує:

- а) повна первісна вартість;
- б) вторинна вартість;
- в) повна відновна вартість;
- г) залишкова вартість;
- д) реальна вартість.

21. Залишкова вартість основних фондів – це...

- а) фактичні витрати на будівництво, придбання, доставку та монтаж, включаючи послуги сторонніх організацій;
- б) різниця між первісною та відновною вартістю та сумою їхнього зносу;
- в) вартість основних фондів у діючих цінах на момент їхньої переоцінки;
- г) вартість зносу основних фондів.

22. Амортизація характеризує...

- а) процес планомірного накопичення грошових коштів для відшкодування зношених основних фондів;
- б) вартість основних фондів у діючих цінах на момент їхньої переоцінки;
- в) різницю між первісною та відновною вартістю та сумою їхнього зносу;
- г) фактичні витрати на будівництво, придбання, доставку та монтаж.

23. Амортизаційні відрахування проводяться на основі встановлених норм амортизації ...

- а) щомісячно;
- б) щоквартально;
- в) щорічно;
- г) раз на 5 років.

24. Ефективність використання основних фондів готельного господарства визначається за допомогою системи показників, які об'єднуються у дві групи:

- а) загальні і конкретні;
- б) активні і пасивні;
- в) абсолютні та відносні;
- г) узагальнюючі та часткові.

25. До узагальнюючих показників, що характеризують ефективність використання основних фондів, можна віднести (виберіть правильні відповіді):

- а) показник фондівдачі;
- б) завантаженість номерного фонду;
- в) показник фондоємкості;
- г) співвідношення кількості зайнятих і вільних номерів;
- д) рівень рентабельності.

7. Формування предметно-просторового середовища готелю

1. У розвинутій готельній будівлі виділяють такі основні функціональні приміщення (виберіть правильні відповіді):

- а) блок приймально-допоміжних приміщень;
- б) блок санітарно-гігієнічних приміщень;
- в) блок приміщень житлової групи;
- г) блок приміщень харчування;
- д) блок приміщень адміністрації;
- е) блок підсобних і господарських приміщень;
- є) блок ремонтних приміщень;
- ж) блок спортивних приміщень.

2. У вестибулі витримується чітке зонування, яке зводить до мінімуму перетин всіх потоків. Тут передбачені такі основні зони (виберіть правильні варіанти):

- а) зона руху туристів;
- б) зона інтенсивного пішого руху;
- в) транспортна зона;
- г) зона екстенсивного пішого руху;
- д) допоміжна зона;

- е) зона руху персоналу;
- є) рекреаційна зона.

3. Розміщення функціональних зон у вестибулі може бути (виберіть правильні варіанти):

- а) фронтальним;
- б) поперечним;
- в) поздовжнім;
- г) концентричним;
- д) перпендикулярним.

4. Зона інтенсивного пішого руху у вестибулі охоплює...

- а) піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому;
- б) маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
- в) відділ зв'язку, ошадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову;
- г) маршрут руху до закладів харчування та побутового обслуговування.

5. Зона екстенсивного пішого руху у вестибулі охоплює...

- а) піші підходи до допоміжних приміщень, гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому;
- б) маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів;
- в) відділ зв'язку, ошадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову;
- г) маршрут руху до закладів харчування та побутового обслуговування.

6. Для функціональної організації готелю істотне значення має кількість входів у будівлю. Готелі великої місткості і високого рівня комфорту мають...

- а) 2 входи (основний і службовий);
- б) не менше 3-4 входів;
- в) 5 входів;
- г) один вхід.

7. Ширина коридорів формує перше враження клієнта про готель, а тому... (виберіть правильні відповіді)

- а) розраховується так, щоб у ньому могли легко розминутися дві людини із валізами в руках;
- б) розраховується так, щоб у ньому могли розминутися дві покоївки з візками;
- в) ширина одностороннього коридору повинна становити не менше

Круль Г.Я. Основи готельної справи

- б) номер у засобі розміщення із площею не менше 35 м², який складається з двох житлових кімнат (вітальні і спальні);
- в) номер у засобі розміщення з площею не менше 75 м², який складається із трьох чи більше житлових кімнат (вітальні/їдальні, кабінету і спальні), з нестандартним широким двоспальним ліжком (200×200 см) і додатковим гостьовим туалетом.

14. Номер у засобі розміщення з площею не менше 75 м², який складається із трьох чи більше житлових кімнат (вітальні/їдальні, кабінету і спальні), з нестандартним широким двоспальним ліжком (200×200 см) і додатковим гостьовим туалетом – це

- а) «сьют»; б) «апартамент»; в) «люкс»; г) «студія».

15. До блоку приміщень адміністрації відносять (виберіть правильні відповіді):

- а) приміщення дирекції;
- б) приміщення інженерно-технічного персоналу;
- в) приміщення планово-економічного відділу;
- г) приміщення прийому і розміщення гостей;
- д) приміщення бухгалтерії і каси;
- е) приміщення обслуговуючого персоналу;
- є) приміщення відділу кадрів.

16. Блок приміщень культурно-масового обслуговування передбачається...

- а) в туристичних і курортних готелях;
- б) в готелях ділового призначення;
- в) в спеціалізованих готелях;
- г) у готелях для постійного проживання;
- д) у транзитних готелях.

17. Загальний комфорт внутрішнього простору готелю визначають такі види комфорту (виберіть правильні відповіді):

- а) екологічний;
- б) соціальний;
- в) механічний;
- г) функціональний;
- д) естетичний.

18. Функціональний комфорт забезпечує:

- а) захист від оточення, безпеку і здійснення всіх процесів життєдіяльності людини: сон, харчування, відпочинок, особисту гігієну,

- розваги, ділові контакти та ін.;
- б) оптимальне для організму людини поєднання температури, вологості, швидкості руху повітря і дії променевого тепла;
 - в) позитивний емоційний настрій людини.

19. Екологічний комфорт в інтер'єрах готелів створюється завдяки:

- а) оптимальному набору меблів і устаткування;
- б) системам інженерного забезпечення готелів (вентиляції, кондиціонування повітря, централізованим системам видалення пилу та ін.);
- в) засобам і прийомам, за допомогою яких досягається об'єднання всіх елементів інтер'єру в єдине для сприйняття ціле.

20. За призначенням меблі у готелях поділяються на (виберіть правильні відповіді):

- а) побутові; в) офісні;
- б) житлові; г) ресторанны і спеціальні; д) комбіновані.

21. Найскладнішим вважається вмеблювання:

- а) двокімнатного номера;
- б) однокімнатного номера;
- в) апартаментів;
- г) багатокімнатних номерів.

22. Естетичний комфорт створюється завдяки художньо-просторовій організації процесу життєдіяльності людини. Найпоширенішими є три прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів (виберіть правильні відповіді):

- а) стиль «ретро»; г) сучасний;
- б) середземноморський; д) західний;
- в) східний; е) змішаний.

23. Етностиль – це...

- а) сукупність кольорів, предметів декору, меблів і матеріалів, характерних для оздоблення будинку тієї чи іншої країни чи регіону;
- б) художньо-просторова організація процесу життєдіяльності людини за допомогою різних засобів;
- в) організація внутрішнього простору будівлі, яка є зовово обмеженим, штучно створеним середовищем, що забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини.

24. Найпопулярнішими етностилями Заходу вважають (виберіть правильні відповіді):

- | | |
|--------------------|------------------|
| а) англійський; | г) африканський; |
| б) японський; | д) німецький; |
| в) скандинавський; | е) французький. |

25. Який з етноstilів характеризується найбільшою вишуканістю інтер'єру?

- | | |
|--------------------|------------------|
| а) англійський; | г) африканський; |
| б) японський; | д) німецький; |
| в) скандинавський; | е) французький. |

26. Якому етностилю властиві такі риси: гармонійне поєднання кольорів і лаконічні форми, простір сконструйовано спокійно і виразно; оздоблення приміщень зводить до мінімуму кількість меблів та інших атрибутів; широко застосовуються розсунві стінки і бамбукові меблі тощо?

- | | |
|---------------------|-------------------|
| а) англійському; | г) африканському; |
| б) японському; | д) німецькому; |
| в) скандинавському; | е) французькому. |

27. При виборі кольору оздоблення тієї чи іншої кімнати, потрібно враховувати різні чинники (виберіть правильні відповіді):

- а) орієнтація вікон;
- б) місце розташування країни, регіону;
- в) місце розташування номера в готельній будівлі;
- г) якість освітлення;
- д) розташування дверей готельному номері;
- е) яка це кімната номера (спальня, ванна, вітальня, передпокій);
- є) розміри кімнат.

28. Освітлення в готелях буває (виберіть правильні відповіді):

- | | |
|---------------|-------------------|
| а) загальним; | г) локалізованим; |
| б) природним; | д) штучним; |
| в) місцевим; | е) денним. |

29. Місцеве освітлення готельного номера – це...

- а) обов'язкове для всіх приміщень (рівномірне);
- б) додаткове освітлення якоїсь однієї зони інтер'єру (спальних місць у номерах тощо);

- в) додаткове освітлення у приміщеннях із відносно великими площами, спрямоване до робочих місць;
- г) природне освітлення, що надходить через вікна.

30. Локалізоване освітлення використовується для...

- а) всіх приміщень, воно є обов'язковим і рівномірним;
- б) освітлення якоїсь однієї зони інтер'єру (спальних місць у номерах, столиків у ресторанах тощо);
- в) освітлення приміщень із відносно великими площами, спрямоване до робочих місць;
- г) освітлення спальних місць, що надходить через вікна.

8. Інженерно-технічне устаткування готельних комплексів

1. До санітарно-технічного устаткування готельних комплексів належать:

- а) ліфти, вентилятори, насоси та ін., що працюють від силових мереж з напругою 380 вольт, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж з напругою 220 або 127 вольт;
- б) водогін, каналізація, гаряче водопостачання, опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване видалення пилу, сміттепровід, білизнопровід;
- в) телеантени і телевізори, установки радіофікації, телефонізації, часофікації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації, диспетчерської служби, кіноустановки;
- г) водогін, газопровід, нафтопровід, лінії електропередач, вентилятори, кондиціонери тощо.

2. Внутрішня водогінна мережа складається з таких елементів (виберіть правильні відповіді):

- а) вводу;
- б) виводу;
- в) водомірного вузла;
- г) водопровідної мережі будівлі з арматурою;
- д) кранів у номерах;
- е) водонапірно-запасних баків;
- є) насосів.

3. За призначенням внутрішній водогін буває (виберіть правильні відповіді):

- а) господарсько-питним;
- б) господарським;
- в) виробничим;
- г) питним;
- д) протипожежним.

4. Система протипожежного водогону складається з (виберіть правильні відповіді):

- а) водомірного вузла;
- б) мережі магістральних трубопроводів і стояків;
- в) пожежних кранів;
- г) водопроводів;
- д) водонапірних установок.

5. У системах водопроводу з водонапірними баками недоторканий протипожежний запас води дорівнює...

- а) кількості, необхідній для гасіння пожежі впродовж 10 хвилин при ручному або автоматичному ввімкненні пожежних насосів;
- б) кількості, потрібній для гасіння пожежі впродовж 30 хвилин;
- в) 100 літрам;
- г) 1000 літрам.

6. Автоматичні системи пожежогашіння бувають...

- а) спринклерними;
- б) дренчерними;
- в) спринклерними і дренчерними;
- г) природними і механічними;
- д) променевими.

7. За способом циркуляції системи централізованого гарячого водопостачання класифікуються на:

- а) закриті і відкриті;
- б) з баками-акумуляторами та без них;
- в) з природною циркуляцією, примусовою і змішані;
- г) централізовані і децентралізовані.

8. Тупикові внутрішні системи гарячого водопостачання характеризуються тим, що...

- а) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору застоюється, вистигає, що призводить до великого зливу водопровідної води;
- б) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору зливається в каналізацію;
- в) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору повертається до бойлера для підігрівання.

9. Циркуляційні внутрішні системи гарячого водопостачання характеризуються тим, що...

- а) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору застоюється, вистигає, що призводить до великого зливу водопровідної води;
- б) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору зливається в каналізацію;
- в) вода, яка надходить до стояка, в разі відсутності розбору повертається до бойлера для підігрівання.

10. У готельних комплексах застосовують такі системи опалення (виберіть правильні відповіді):

- а) водяне опалення;
- б) опалення паром низького тиску;
- в) електричне;
- г) повітряне;
- д) газове;
- е) променеве опалення;
- є) калориферні системи.

11. Залежно від радіуса дії системи кондиціонування поділяються на:

- а) центральні і місцеві;
- б) природні і механічні;
- в) потужні і малопотужні;
- г) внутрішні і зовнішні.

12. Центральні системи кондиціонування повітря характеризуються такими рисами (виберіть правильні відповіді):

- а) кондиціонери встановлюються в спеціально відведених приміщеннях мінімальною площею 140 м^2 , висотою до 10 м;
- б) кондиціонер встановлюється в приміщенні, яке обслуговується;
- в) встановлюються для подачі повітря в торгові зали ресторанів, банкетні зали, конференц-зали, виробничі і житлові приміщення;
- г) використовуються для створення екологічного комфорту в окремому номері;
- д) до комплекту кондиціонерів входять пристрої автоматичного і дистанційного управління.

13. Санітарна норма свіжого повітря на одну людину становить:

- а) $55 \text{ м}^3/\text{год}$;
- б) $20 \text{ м}^3/\text{год}$;
- в) $5 \text{ м}^3/\text{год}$;
- г) $10 \text{ м}^3/\text{год}$.

14. За призначенням системи вентиляції класифікуються на:

- а) припливні і витяжні;
- б) природні і механічні;
- в) місцеві і загальнообмінні.

15. За способом переміщення повітря системи вентиляції поділяються на:

- а) припливні і витяжні;
- б) природні і механічні;
- в) місцеві і загальнообмінні.

16. У великих готелях, насичених килимовими виробами, застосовуються централізовані системи видалення пилу, принцип роботи яких полягає в тому, що:

- а) зволожений пил, потрапляючи в прийомну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію;
- б) під землею прокладаються на великі відстані спеціальні сміттєпроводів з високоміцної сталі діаметром 500-600 мм. У перевантажувальних пунктах сміття пресується і завантажується в контейнери, а потім відправляється на сміттєспалювальні або сміттєпереробні заводи;
- в) видалення сміття передбачає його подрібнення в дробарках і спуск у каналізацію.

17. Гідравлічний спосіб видалення сміття передбачає...

- а) те, що зволожений пил, потрапляючи в прийомну камеру на водну поверхню, скидається в каналізацію;
- б) прокладання під землею на великі відстані спеціальних сміттєпроводів з високоміцної сталі діаметром 500-600 мм. У перевантажувальних пунктах сміття пресується і завантажується в контейнери, а потім відправляється на сміттєспалювальні або сміттєпереробні заводи;
- в) подрібнення сміття в дробарках і спуск у каналізацію.

18. Ліфти бувають:

- а) пасажирськими, вантажно-пасажирськими і вантажними;
- б) пасажирськими і службовими;
- в) вантажними і службовими;
- г) центральними і службовими.

19. Для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів рекомендується передбачити дві групи ліфтів,

- а) що розташовуються блоками на поверхах;
- б) пасажирські і службові;
- в) що зупиняються на парних і непарних поверхах.

20. Перед запуском ліфтів в експлуатацію їх випробовують, проводять статичні і динамічні випробування. При статичному випробуванні...

- а) кабіну завантажують вантажем, маса якого вдвічі перевищує вантажопідйомність ліфта, з яким кабіна повинна знаходитися в нерухомому стані впродовж 10 хвилин. При цьому кабіна не має довільно опускатися. Так перевіряється дія гальм механічних вузлів ліфта;
- б) кабіну завантажують вантажем, маса якого повинна бути на 10 % більшою від вантажопідйомності ліфта. З таким вантажем перевіряють дію уловлювачів, гальм і буферів при робочій швидкості.

21. Для готелів якої категорії Національним стандартом «Послуги туристичні. Класифікація готелів», за відсутності централізованого аварійного електропостачання, передбачається наявність стаціонарного генератора, що забезпечує електричним струмом основне освітлення і роботу устаткування (зокрема, ліфтів) упродовж не менше 24 годин?

- а) 3*;
- б) 4*;
- в) 5*;
- г) 4* і 5*.

22. До слабкострумового господарства готелю відносять:

- а) телеантени і телевізори, установки радіофікації, телефонізації, часофікації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації, диспетчерської служби, кіноустановки та інші;
- б) ліфти, вентилятори, насоси та ін., що працюють від силових мереж з напругою 380 вольт, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж з напругою 220 або 127 вольт;
- в) опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване видалення пилю, сміттєпровід, білизнопровід.

23. Чергове електроосвітлення, що становить приблизно 30 % від основного, необхідно включати з метою економії електроенергії в нічний час і в часи відпочинку гостей. Цими мережами забезпечується освітлення:

- а) коридорів, сходів, під'їздів, вестибулів, гардеробів, камер схову, радіовузла, пожежних покажчиків, кас, станцій пожежної та охоронної сигналізації, реклам і телефонних кабін;
- б) ресторанів, кафе, барів, дискотек, нічних клубів, ігрових залів;
- в) конференц-залів, розважальних закладів, бібліотек, косметичних салонів тощо;
- г) прилеглої до готелю території, рекламних щитів та ін.

- в) службою управління;
- г) кадрово-фінансовою службою.

5. Служба, яка займається питаннями оперативного і стратегічного планування, аналізує результати господарської і фінансової діяльності, – це ...

- а) адміністративно-управлінська служба;
- б) служба обслуговування номерного фонду;
- в) служба управління;
- г) комерційна служба.

6. Допоміжні служби ...

- а) забезпечують процес роботи готельного комплексу, пропонуючи послуги прання, кравецької служби тощо;
- б) надають платні послуги;
- в) створюють умови для функціонування інженерно-технічних систем;
- г) займаються питаннями оперативного і стратегічного планування, аналізують результати господарської і фінансової діяльності.

7. Оперативне управління готелем здійснюється ...

- а) власником готельного комплексу;
- б) генеральним директором;
- в) управляючим (директором);
- г) виконавчим директором.

8. Основним завданням планово-комерційного відділу є...

- а) виплата працівникам заробітної плати, отримання інших різних рахунків і виплата по них, контроль та облік витрат;
- б) забезпечення готельного комплексу матеріально-технічними та виробничими ресурсами;
- в) ведення особистих справ усіх співробітників готельного комплексу;
- г) підвищення кваліфікації, перепідготовка та стажування фахівців і обслуговуючого персоналу.

9. Основними функціями аудиторської служби є...

- а) здійснення грошових переказів, підготовка фінансових звітів від касирів кожної торгової точки готельного комплексу, облік, обробка і контроль первинної документації;

- б) забезпечення готельного комплексу матеріально-технічними та виробничими ресурсами;
- в) ведення особистих справ усіх співробітників готельного комплексу;
- г) перевірка правильності ведення бухгалтерської документації і складання денного звіту за даними комерційної діяльності готельного комплексу.

10. До функцій служби прийому і розміщення входить:

- а) здійснення грошових переказів, підготовка фінансових звітів від касирів кожної торгової точки готельного комплексу, облік, обробка і контроль первинної документації;
- б) бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг; стягування плати за проживання, ведення необхідної документації;
- в) ведення особистих справ усіх співробітників готельного комплексу;
- г) перевірка правильності ведення бухгалтерської документації і складання денного звіту за даними комерційної діяльності готельного комплексу.

11. Основними працівниками служби прийому і розміщення є (виберіть правильні відповіді):

- а) черговий адміністратор;
- б) касир;
- в) коридорний;
- г) портье з видачі інформації та ключів;
- д) охоронець;
- е) телефонний оператор;
- є) службовець із бронювання.

12. Подвійне бронювання номерів передбачає...

- а) попередню оплату за проживання у розмірі 50-100 %;
- б) бронювання місць понад наявні (на 5-15 %);
- в) наявність повідомлення про те, що клієнтові буде надане розміщення у готелі;
- г) форма гарантованого бронювання як спосіб боротьби з неявками.

13. Служба портье здійснює ...

- а) контроль за номерним фондом готельного комплексу, ведучи картотеку по зайнятості номерів і наявності вільних місць, і виконує функції інформаційного центру;
- б) визначення вартості номера, включаючи знижки та пільги; визначення способу оплати та проведення необхідних кредитно-чекових процедур;

20. У світовій практиці для визначення кількісного та якісного складу персоналу служби безпеки вважається раціональним правило ...

- а) «300», тобто 1 працівник служби безпеки на 300 номерів;
- б) «200», тобто 1 працівник служби безпеки на 200 номерів;
- в) «100», тобто 1 працівник служби безпеки на 100 номерів;
- г) «250», тобто 1 працівник служби безпеки на 250 номерів.

10. Організація надання основних і додаткових послуг

1. Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є...

- а) централізація реалізації послуг;
- б) децентралізація реалізації послуг;
- в) спеціалізація готельних послуг;
- г) диверсифікація готельних послуг.

2. Процес надання основних послуг у готелях можна умовно поділити на такі етапи (виберіть правильні відповіді):

- а) надання інформаційних послуг;
- б) надання посередницьких послуг;
- в) резервування (бронювання) місць;
- г) реалізація послуг;
- д) зустріч і проводи туристів;
- е) надання транспортних послуг;
- є) обслуговування під час перебування.

3. Найпоширенішою формою бронювання місць у готелях сьогодні визнане:

- а) усне бронювання;
- б) з допомогою телефонного зв'язку;
- в) через мережу Інтернет;
- г) письмове бронювання.

4. Реалізація основних послуг в готелях може здійснюватися (виберіть правильні відповіді):

- а) централізовано;
- б) децентралізовано;
- в) гуртом;
- г) вроздріб;
- д) комбіновано.

5. Централізований продаж готельних послуг здійснюється...

- а) персоналом готелю;
- б) туристичними фірмами;
- в) управлінськими компаніями;
- г) транспортними агенціями.

6. Правилами прийому туристів передбачено такі граничні терміни оформлення та розміщення туристів (виберіть правильні відповіді):

- а) для індивідуального туриста – до 5 хвилин;
- б) групи до 15 осіб – 10,5 хвилини;
- в) групи до 30 осіб – 15 хвилин;
- г) групи до 50 осіб – 30 хвилин;
- д) групи до 100 осіб – 40 хвилин;
- е) понад 100 осіб – у межах години.

7. Додаткові послуги з точки зору задоволення попиту на них доцільно поділити на такі групи (виберіть правильні відповіді):

- а) полегшують перебування туристів у готелі і туристичному районі;
- б) збагачують знання туристів про район, країну;
- в) надають послуги харчування;
- г) підвищують рівень комфорту в номерах;
- д) задовольняють особливі вимоги гостей;
- е) забезпечують послуги дозвілля.

8. До групи послуг, що полегшують перебування туристів у готелі та туристичному районі, відносять (виберіть правильні відповіді):

- а) інформаційні;
- б) комунально-побутові;
- в) харчування;
- г) посередницькі;
- д) послуги автотуристам;
- е) продаж товарів, прокат інвентарю, спорядження, техніки та ін.;
- є) послуги з прибирання номерів.

9. Збагачують знання туристів про країну, місто чи район перебування такі додаткові послуги (виберіть правильні відповіді):

- а) організація екскурсій, зустрічей;
- б) перегляд фільмів про регіон;
- в) надання інформаційних послуг;
- г) організація урочистостей з нагоди національних свят;
- д) організація наукових конференцій чи нарад.

10. До групи додаткових послуг, що підвищують рівень комфорту в номерах відносять (виберіть правильні відповіді):

- а) подання закусок і напоїв у номер;
- б) медичні та косметичні процедури;
- в) встановлення додаткового обладнання в номері;

- г) організація екскурсій та зустрічей;
- д) організація спортивно-оздоровчих послуг;
- е) надання інформаційних послуг;
- є) створення умов для проведення конференцій та ін.

11. До групи послуг, що задовольняють особливі вимоги гостей, можна віднести (виберіть правильні відповіді):

- а) подання закусок і напоїв у номер;
- б) надання музичних інструментів;
- в) надання послуг особистого екскурсовода;
- г) організація екскурсій та зустрічей;
- д) послуги перекладача, секретаря;
- е) надання інформаційних послуг;
- є) забезпечення телексом зв'язком, комп'ютером та ін.

12. Перелік додаткових послуг значно відрізняється у різних за видами та категоріями готелях. Готелі категорії «Люкс» або «5*» надають додаткові послуги:

- а) самостійно;
- б) через мережу допоміжних побутових закладів;
- в) укладаючи угоду з різноманітними підрозділами, що надають вказані послуги.

13. За способом надання додаткові послуги поділяються на:

- а) основні і допоміжні;
- б) платні і безкоштовні;
- в) колективні та індивідуальні;
- г) спеціалізовані та колективні.

14. Якість обслуговування – це...

- а) сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що зумовлює здатність якнайповніше задовольняти потреби туристів;
- б) забезпечення якнайшвидшого розміщення туристів у готелях, мотелях, кемпінгах тощо;
- в) забезпечення рівня обслуговування, що відповідає вимогам до даного розряду готелю та категорії номера;
- г) результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача.

15. Показниками якості обслуговування у засобах розміщення можуть бути (виберіть правильні відповіді):

- а) забезпечення якнайшвидшого розміщення туристів у готелях, мотелях, кемпінгах тощо;

- б) забезпечення рівня обслуговування, що відповідає вимогам до даного розряду готелю та категорії номера;
- в) державна політика в галузі туризму;
- г) наявність необхідної кваліфікації, знання іноземних мов, висока культура спілкування з туристами обслуговуючого персоналу;
- д) науково-технічний прогрес у галузі туризму;
- е) надання широкого спектра додаткових туристичних послуг та ін.

16. Чинники, що впливають на якість обслуговування (виберіть правильні відповіді):

- а) державна політика в туристичній галузі;
- б) кваліфікація обслуговуючого персоналу;
- в) науково-технічний прогрес у готельному господарстві;
- г) стан номерного фонду;
- д) структура засобів розміщення за видами;
- е) територіальний розподіл засобів розміщення;
- є) особисті якості керівництва та оперативних працівників.

17. Якість обслуговування значною мірою залежить від:

- а) реклами і надання інформаційних послуг;
- б) розширення переліку додаткових послуг;
- в) контролю за дотриманням якості;
- г) кваліфікації обслуговуючого персоналу.

18. Важливою умовою дотримання постійно високого рівня якості обслуговування є:

- а) реклама і надання інформаційних послуг;
- б) розширення переліку додаткових послуг;
- в) контроль за дотриманням якості;
- г) кваліфікація обслуговуючого персоналу.

**Вимоги до готелів різних категорій
(Національний стандарт)**

1. Класифікацію за категоріями здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до:

- а) матеріально-технічної оснащеності;
- б) переліку надаваних послуг;
- в) кваліфікації персоналу;
- г) всі варіанти правильні.

2. Категорії готелів позначаються:

- а) *; б) розрядом; в) класом; г) категорією; д) ☼.

3. Категорію готелю зазначають на:

- а) вивісці; г) рекламних документах;
- б) квитанціях; д) всі варіанти правильні.
- в) реєстраційній картці гостя;

4. Відхилення від вимог до матеріально-технічної оснащеності готелів та переліку надаваних послуг можуть бути, якщо

- а) будівля готелю відноситься до пам'яток історії чи архітектури;
- б) будівля готелю збудована раніше і не відповідає вимогам;
- в) будівля перебудована під готель;
- г) будівля готелю піддавалась реконструкції.

5. Вивіска із зовнішнім освітленням або така, що світиться, передбачена у готелях таких категорій:

- а) 1*; в) 3*; д) 5*;
- б) 2*; г) 4*; е) в жодній із категорій не обов'язкова.

6. Вхід до готелю для гостей з повітряно-тепловою завісою та дашком на шляху від автомобіля обов'язково має бути присутній у готелях категорій:

- а) 1*; в) 3*; д) 5*;
- б) 2*; г) 4*; е) в жодній із категорій не обов'язковий.

7. Окремий вхід із вулиці до об'єкта ресторанного господарства (не стосується рестораних закладів, розташованих на поверхах, вище другого) передбачений у готелях таких категорій:

- а) 1*; б) 2*; в) 3*; г) 4*; д) 5*; е) в усіх категоріях.

8. Автостоянка біля готелю або на відстані не більше ніж 400 м від нього з урахуванням особливостей забудови району (кількість місць не менша, ніж 20% від кількості номерів, для мотелів – 100%) передбачена у готелях таких категорій:

- а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) у всіх категоріях.

9. Сейф для зберігання цінностей туристів у зоні приймання передбачений у готелях:

- а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) всіх категорій.

10. Рестрація з використанням сучасного технічного устаткування (якщо кількість номерів більша ніж 30) передбачена у готелях таких категорій:

- а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) у всіх категоріях.

11. Приміщення або частина приміщення для переглядання телепередач передбачена у готелях таких категорій:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) у всіх категоріях.

12. Стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів упродовж не менше 24 годин (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання передбачені у готелях категорій:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) 3*; д) у всіх категоріях.

13. Резервуар для запасу води щонайменше ніж на добу у районах з можливими перебоями у водопостачанні повинен бути у готелях:

- а) 3*; б) 4*; в) 5*; г) всіх категорій.

14. Опалювання громадських і житлових приміщень окремими приладами або центральне опалення передбачені у готелях таких категорій:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4-5*; г) 3*; д) у всіх категоріях.

15. Підігрівання підлоги у ванній кімнаті передбачене у готелях категорій:

- а) 1-2*; в) 4-5*;
б) 3-5*; г) 5*; д) в жодній із категорій не обов'язкове.

16. Пасажирський ліфт або **ескалатор** у будинках більше двох поверхів передбачений у готелях категорій:

- а) 1-2*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

17. Вантажний ліфт (якщо кількість номерів більша ніж 30) передбачений у готелях таких категорій:

- а) 1-2*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

18. Телефонний зв'язок у кожній кімнаті багатокімнатних номерів передбачений у готелях таких категорій:

- а) 1-2*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

19. Телефон на рецепції, доступний для гостей, передбачений у готелях:

- а) 1-2*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.

20. Звукоізоляція номерів на рівні 35 дБА передбачена у готелях таких категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

21. Усі номери з особливою звукоізоляцією стін, дверей і вікон, яка повністю запобігає проникненню стороннього шуму з вулиці та готельних приміщень повинні бути у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

22. Замок підвищеної секретності передбачений у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

23. Замки із внутрішнім запобіжником передбачені у готелях:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.

24. Лампа, що контролює робоче місце (стіл), передбачена у готелях категорій:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) у всіх категоріях.

25. Загальне освітлення кімнати та світильник біля кожного ліжка обов'язкові для готелів:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) тільки 5*; г) всіх категорій.

26. Наявність кольорового телевізора у кожному номері обов'язкова для готелів категорій:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) тільки 5*; г) всіх категорій.

27. Радіоприймачі або інша можливість приймання радіопрограм в усіх номерах передбачені у готелях:

- а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.

28. **Холодильник** у багатокімнатних та одномісних номерах передбачений у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 3*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
29. **Міні-сейф** у кожному номері передбачений у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 3*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
30. Мінімальні розміри односпального **ліжка** 90 см × 200 см повинні бути у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
31. **Дитяче** або **розкладне ліжко** (на прохання гостя) надається у готелях:
а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
32. **Килимок** біля кожного ліжка за відсутності килима або килимового покриву підлоги передбачений у готелях категорій:
а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
33. **Тумбочка (столік)** біля кожного спального місця обов'язкова у готелях:
а) 1-3*; б) 4-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
34. **Шафа** з полицками, вішалкою та плічками (не менше 5 шт./місце) повинна бути у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
35. **Стільці** або інші меблі для сидіння (один предмет на кожного гостя, але не менше двох на номер) повинні бути у готелях категорій:
а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
36. **Набір письмового приладдя** (конверти, поштовий папір, ручка, олівець) повинен бути у готелях категорій:
а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
37. **Ярлики** «Прошу не заважати», «Можна прибирати» є обов'язковими у готелях:
а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.
38. Не менше ніж 4 **рушники** на кожного гостя передбачено у готелях категорій:
а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.

39. Халат і тапочки банні на кожного гостя є обов'язковими у готелях категорії:

- а) 1-3*; б) 3-5*; в) 4*; г) 5*; д) всіх категорій.

40. Банкетний зал(и), що можна трансформувати у конференц-зал, передбачений у готелях категорії:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) в жодній із категорій; г) всіх категорій.

41. Ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна (щонайменше один об'єкт із вище перерахованих) повинні бути у готелях категорії:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 2*; г) всіх категорій.

42. Плавальний басейн передбачений у готелях категорії:

- а) 1-3*; б) 4*; в) 5*; г) всіх категорій.

43. Цілодобовий режим роботи камери схову передбачений у готелях:

- а) 1-3*; б) 4*; в) 5*; г) всіх категорій.

44. Послуги швейцара є обов'язковими у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) в жодній із категорій; г) всіх категорій.

45. Щоденне прибирання номера покоївкою є обов'язковим у готелях:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) в жодній із категорій; г) всіх категорій.

46. Заміна постільної білизни один раз на 3 дні або за бажанням гостя передбачена у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) в жодній із категорій; г) всіх категорій.

47. Щоденна заміна рушників або за бажанням гостя передбачена у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.

48. Дрібний ремонт одягу передбачений у готелях:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) в жодній із категорій; г) всіх категорій.

49. Чищення взуття персоналом готелю є обов'язковим у готелях категорії:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 5*; г) всіх категорій.

50. Організація зустрічей і проводів (в аеропорту, на вокзалі тощо) передбачена у готелях категорій:

- а) 1-3*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.

51. **Виклик таксі** передбачений у готелях:
а) 1-3*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
52. **Паркування** автомобіля персоналом готелю та подання з гаража (зі стоянки) до під'їзду автомобіля гостя передбачені у готелях:
а) 1-3*; б) 4*; в) 5*; г) всіх категорій.
53. **Виклик швидкої допомоги**, користування аптечкою першої допомоги передбачені у готелях:
а) 1-3*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
54. **Надавання сніданків** передбачене у готелях категорій:
а) 1-3*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
55. Добре володіння персоналом служби прийому однією **іноземною мовою** є обов'язковим для готелів категорій:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
56. Вільне володіння персоналом служби прийому **англійською** та ще однією **іноземною мовою**, підтвержене документом про відповідну освіту (як мінімум закінчення спеціальних курсів) є обов'язковим для готелів категорій:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
57. Персонал повинен проходити періодичний **медичний огляд** у готелях:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
58. **Уніформа** персоналу з характерними для готелю особливостями передбачена у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
59. **Туристичні послуги** (туристична інформація, екскурсії, гіді-перекладачі тощо) надаються у готелях таких категорій:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.
60. Приймання **кредитних карток** можливе у готелях категорій:
а) 1-2*; б) 4-5*; в) 3-5*; г) всіх категорій.

Завдання для практичних робіт

Географія розвитку готельного господарства в Україні

Завдання 1. а) Використовуючи дані таблиці 1 додатка Г, проаналізувати структуру засобів розміщення в Україні за 2007 рік. Побудувати дві секторні діаграми, відобразивши розподіл підприємств за типами та одноразову місткість підприємств тимчасового проживання. Пояснити причини такого розподілу;

б) взявши до уваги дані таблиці 2 додатка Г, побудувати графіки (чи стовпчикові діаграми) і проаналізувати динаміку кількості готелів та інших місць для тимчасового проживання за період з 2000 по 2007 роки. Пояснити причини виявлених змін.

Завдання 2. а) За даними таблиці 3 додатка Г розрахувати показники середньообласної забезпеченості міст України готелями (кількість готелів/кількість міст). Для розрахунків використовувати показники за 2007 рік;

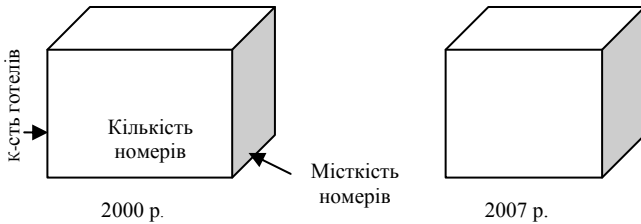
б) на контурній карті способом картограми здійснити районування областей України:

1) за кількістю готелів (засобом якісного фону);

2) за забезпеченістю міст готелями (засобом штриховки);

в) письмово проаналізувати виявлені закономірності. З'ясувати, а яких регіонах держави вдалося зберегти інфраструктуру, а де відбувається занепад готельного господарства. Зробити висновки щодо динаміки (2000-2007 рр.) та перспектив розвитку готельного господарства в розрізі адміністративних одиниць України.

Завдання 3. Об'ємною прямокутною картодіаграмою подати кількість готелів, чисельність номерів та їхню місткість за 2000 і 2007 рр. (використовуючи табл. 3, 4, 6 додатка Г). Причому, виходячи із масштабу, на осі ординат відкладається кількість готелів, на осі абсцис – кількість номерів, кінці ліній з'єднуються перпендикулярними прямими, в результаті отримуємо прямокутник.



Завдання 4. Проаналізувати дані таблиці 5 додатка Г. Виділити регіони з найбільшими, пересічними і найменшими показниками житлової площі номерів та середньої площі одного номера. Використовуючи методи якісного фону і штриховки, здійснити групування адміністративних областей за вказаними величинами та виявити закономірності. Зробити аналіз динаміки зазначених показників у розрізі адміністративних одиниць за період з 2000 до 2007 рр.

Завдання 5. На підставі даних таблиці 6 додатка Г обчислити показники забезпеченості 1000 осіб місцевого населення готельними місцями у розрізі адміністративних одиниць України за 2000 і 2007 рр. (скласти пропорцію: наприклад, для АР Крим за даними 2000 року:

11357 місць припадає на 2024,1 тис. мешканців

x місць – на 1000 осіб

$x = 11357 \times 1000 : 2024100 = 5,6$ місць на 1 тис. мешканців)

Порівняти отримані величини між собою та з аналогічними по окремих європейських країнах (Франції, Іспанії, Польщі), де на 1000 осіб місцевого населення припадає близько 20 місць у готелях чи інших засобах розміщення. Зробити висновки.

Завдання 6. а) Використовуючи дані таблиці 9, на контурній карті України способом картограми засобом якісного фону показати зміну кількості обслужених приїжджих у готелях за 2000-2007 роки:

$$K_{\text{карт.}} = K_{2007} - K_{2000}$$

--	--	--	--	--

Відтінки одного кольору

б) на контурній карті України у розрізі всіх адміністративних одиниць способом колової картодіаграми зобразити величину обслужених приїжджих у готелях та інших місцях для тимчасового проживання за 2007 р. Радіус кожного

кола обчислити за формулою $R = \sqrt{\frac{K}{m}}$, де K – кількість

обслужених, m – основа масштабності;

в) визначити частку іноземців у структурі обслужених приїжджих за 2007 рік. Зобразити секторною діаграмою (зазначений сектор виділити штриховкою) в межах колової діаграми із загальною величиною обслужених туристів;

г) виявити територіальні відмінності і з'ясувати їхні причини.

Завдання 7. Проаналізувати дані таблиці 10 додатка Г. Виділити країни, які є найбільшими споживачами послуг гостинності в Україні. Простежити динаміку розподілу іноземців у готелях та інших місцях для тимчасового проживання за період 2000-2007 рр. по найбільших країнах. З допомогою колової діаграми зобразити розподіл іноземців у готелях за найбільшими країнами світу, з яких вони прибули до України.

Завдання 8. Використовуючи літературні джерела, Інтернет-сайти, періодичну пресу та статистичні дані додатка Г охарактеризувати передумови, сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку готельного господарства адміністративної одиниці України (на вибір студента) за таким планом:

1. Передумови розвитку туризму в регіоні дослідження.

1.1. Природні умови і ресурси (особливості поверхні, кліматичні умови і ресурси, водні ресурси, флора і фауна, природно-заповідний фонд – з точки зору використання в туристичній галузі);

1.2. Історико-культурні та архітектурні пам'ятки як об'єкти туристичних атракцій;

1.3. Соціально-економічні умови і ресурси (з точки зору використання в туристичній індустрії).

2. Характеристика сучасного стану розвитку готельного господарства в адміністративній області.

2.1. Динаміка розвитку готельного бізнесу в регіоні дослідження за 2000-2007 рр. (із використанням даних додатка Г);

2.2. Організація надання основних і додаткових послуг у найбільших готелях області.

3. Проблеми і перспективи розвитку готельно-туристичного сервісу в регіоні дослідження.

Предметний покажчик

- Гостинність 8, 10;
Послуга 8;
Ринок готельних послуг 9, 60;
Середовище гостинності 10;
Ресурси гостинності 10;
Професії гостинності 11;
Індустрія гостинності 11;
Готельне господарство 12, 14;
Готель 12, 13, 25, 70, 310;
Засіб розміщення 13, 310;
Готельна послуга 13, 311;
Готельна діяльність 15;
Інші заклади розміщення 14, 310;
Таверни 16, 22;
Ханни 17;
Заїжджі двори 17, 18, 22, 25, 48;
Постоялі двори 17, 18, 43, 48;
Поштові станції 18, 24, 44;
Караван-сараї 19, 20;
Госпиції 21;
Гостинні двори 22, 23, 43;
Каретні готелі 24;
Готельний ланцюг (мережа) 29, 30-33, 60;
Франчайзинг 30;
Моделі організації готельної справи 30-31;
Міжнародна готельна Асоціація (МГА) 31, 83;
Всесвітня туристична організація (ВТО) 67, 82;
Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТРЕК) 33;
Диверсифікація готельних послуг 39;
Спеціалізація готельних підприємств 39;
Концептуалізація готельних послуг 39, 40;
Екологізація готельних підприємств 39, 40, 41;
Гедонізація готельних послуг 41;

Корчма 44;
«Мебльовані кімнати» 48;
«Інтурист» 50-52;
Класифікаційні ознаки готелів 63;
Види готелів 64;
Місткість (ємкість) готелю 65;
Колективні засоби розміщення 67;
Індивідуальні засоби розміщення 67;
Спеціалізовані засоби розміщення 67;
Типи готелів залежно від споживача готельних послуг 68;
Курортний готель 69, 72;
Мотель 65, 68, 74, 75;
Таймшер 69;
Апарт-готель 68, 70, 71;
«Анонімний пансіон» 71;
Пансіон 71;
Транзитні готелі 71;
Готелі цільового призначення 71;
Готелі ділового призначення 71;
Готелі для відпочинку 71, 72;
Стаціонарні готелі 72, 73;
Туристсько-екскурсійні готелі 72, 73;
Туристичні бази 73, 74;
Туристичні станції 74;
Туристичні притулки 74;
Туристичні хатинки 74;
Кемпінг 75;
Ротель 65, 76;
Ботель 77-78;
Ботокемпінги 77-78;
Флотель 78;
Флотокемпінги 78;
«Марина» 79;
Флайтель 65, 79-80;
Хостел 80;

- Шалé 80;
Бунгало 80;
Класифікація готелів 82;
«Зіркова» система класифікації 82-83;
Статичні показники комфорту 83, 98;
Динамічні показники комфорту 83, 98;
Рівень комфорту 84;
Французька національна класифікація готелів 85, 86;
Індійська система класифікації готелів 87;
Грецька система класифікації готелів 85, 88;
Німецька система класифікації готелів 88;
Система «корон» 90-91;
Парадори 91;
Марки готелів 93;
Розряди готелів 94;
Категорії готелів 96-97;
Містобудівні чинники 105;
Архітектурно-ландшафтні вимоги до готелів 105, 106;
Екологічна комфортність 105, 106;
Модель розміщення готелів 108;
Децентралізація готелів 108;
Матеріально-технічна база готельного господарства 110;
Основні фонди готельного господарства 110;
Виробничі основні фонди 111;
Невиробничі основні фонди 111;
Види основних фондів 111;
Виробнича структура основних фондів 113;
Технологічна структура основних фондів 113;
Фізичний знос основних фондів 113;
Моральний знос основних фондів 113;
Повна первісна вартість основних фондів 114;
Повна відновна вартість основних фондів 114;
Залишкова вартість основних фондів 115;
Амортизаційні відрахування 115;
Ефективність використання основних фондів 116;

Фондовіддача 116, 117;
Фондоємкість 116, 117;
Фондоозброєність 117;
Коефіцієнт ефективності використання основних фондів 117;
Рентабельність основних фондів 116, 117;
Сума амортизаційних відрахувань 118;
Коефіцієнт зносу основних фондів 118;
Коефіцієнт придатності основних фондів 118;
Коефіцієнт вибуття основних фондів 119;
Коефіцієнт оновлення основних фондів 119;
Блок приймально-допоміжних приміщень із вестибулем 123;
Функціональне зонування вестибулю 124;
Стілка оформлення 125;
Блок приміщень житлової групи 123, 127;
Прямокутна форма плану 128;
Ускладнена форма плану 128;
Компактна форма плану 128;
Атріумна форма плану 128;
Готельний номер 128, 130;
Апартаменти 129, 130, 151, 342;
«Студія» 130, 131, 343;
«Сьют» 129, 343;
Блок групи приміщень громадського харчування 123, 133;
Ресторани 133, 135-136;
Кафе 133;
Бари 133, 135-136;
Блок групи приміщень адміністрації 123, 136;
Приміщення побутового обслуговування 138-139;
Зали багатоцільового призначення 141;
Приміщення спортивно-оздоровчого призначення 141-144;
Інтер'єр 144;
Екологічний комфорт 144, 145;
Функціональний комфорт 144, 145, 146;
Естетичний комфорт 144, 145, 146, 152;
Комфорт внутрішнього простору готелю 144, 145;

Прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів 152;
Етностиль 152-154;
Колірне вирішення 154-159;
Освітлення 159;
Загальне освітлення 159;
Локалізоване освітлення 159;
Місцеве освітлення 159;
Комбінована система освітлення 159;
Локалізована система освітлення 159;
Активна система озеленення 161;
Нейтральна система озеленення 161;
Водогінна мережа 168-169;
Водопідкачування 169;
Каналізаційне устаткування 169-170;
Недоторканий протипожежний запас води 171;
Автоматичні системи пожежогасіння 171;
Спринклерні системи пожежогасіння 171;
Дренчерні установки 171;
Системи гарячого водопостачання 171-172;
Місцеві системи опалення 172;
Центральні системи опалення 172;
Водяне опалення 172;
Опалення парою низького тиску 173;
Промєнєве опалення 173;
Калориферна система опалення 173;
Кондиціонування повітря 174;
Центральні системи кондиціонування 174;
Місцеве кондиціонування повітря 174;
Системи вентиляції 175;
Природна вентиляція 175;
Механічна вентиляція 175-176;
Централізовані системи видалення пилу 177;
Сміттєпроводи 177;
Пневматичне сміттєвидалення 178;
Гідралічний спосіб видалення сміття 178;

Статичне випробування ліфтів 180;
Динамічне випробування ліфтів 180;
Слабкострумове господарство 182;
Автоматизація 183;
Сигналізація 183;
Торгово-технологічне устаткування 184-185;
Зовнішні служби 187;
Внутрішні служби 187;
Адміністративно-управлінська служба 189, 191-195;
Служба організації харчування 190, 208-210;
Комерційна служба 190;
Інженерні служби 190, 210-212;
Допоміжні служби 190;
Додаткові служби 190;
Генеральний директор 192;
Виконавчий директор 192;
Фінансовий директор 193;
Технічний директор 193;
Учбово-тренінговий центр 193-194;
Планово-комерційний відділ 194;
Аудиторська служба 194;
Нічний аудитор 194;
Служба прийому і розміщення (СПіР) 195;
Підтвердження замовлення 199;
Гарантоване підтвердження замовлень 199;
Депозитна оплата 200;
Портъє 196, 201, 348;
Оператор механізованого розрахунку 196, 202, 349;
Черговий адміністратор 195, 202, 347;
Швейцар 202, 348;
Коридорний 203;
Консьєрж 203-204;
Служба експлуатації номерного фонду 204;
Покоївка 205, 350-351;
Послідовність виконання прибиральних робіт 205;

Поточне прибирання	205;
Генеральне прибирання	206;
Супервайзер	206;
Стюард	207;
Кастелянша	207;
Електронні карткові замки	208;
Відділ обслуговування масових заходів	208, 210;
Централізація реалізації послуг	213, 215-216;
Основні послуги	13, 14, 213-217, 311;
Додаткові послуги	14, 218-219, 311;
Форми бронювання місць	215, 311;
Реалізація послуг	215-216;
Якість готельних послуг	220;
Безкоштовні додаткові послуги	219, 316;
Якість обслуговування	221;
Критерії оцінювання якості обслуговування	221;
Сертифікація готельних послуг	222;
Управління якістю готельних послуг	227;
Контроль за якістю готельних послуг	228

Список використаної та рекомендованої літератури

1. ДСТУ 4269:2003. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів»
2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 № 1282 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13.
3. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
4. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
5. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учебное пособие. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с.
6. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Оснащение. Евроремонт. Эксплуатация. – К.: Дакор, ВИРА-Р, 2003. – 334 с.
7. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация: Учебное пособие. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
8. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 348 с.
9. Волков Ю.Ф. Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 352 с.
10. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 386 с.
11. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 384 с.
12. Готельна справа. Конспект лекцій: У 2 ч. / Укл. Г.Я. Круль – Чернівці: Рута, 2008. – Частина 2. – 68 с.
13. Готельне господарство: Конспект лекцій / Укл. Г.Я. Круль. – Чернівці: Рута, 2006. – Частина 1. – 52 с.
14. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
15. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов. – М.: Новое знание, 2004. – 391 с.
16. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. – 3-е из., перераб. и доп. – Минск: Новое знание, 2002. – 368 с.

17. *Кицяк В.Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
18. *Король О.Д., Крачило М.П.* Менеджмент туризму: Навчальний посібник. – Чернівці: Рута, 2008. – 240 с.
19. *Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
20. *Кузнєцова Н.М.* Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. – К.: Федерація профспілок України, Ін-т туризму, 1997. – 176 с.
21. *Ляпина И.Ю.* Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для начального профессионального образования. – М.: Академия, 2002. – 208 с.
22. *Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І.* Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
23. *Медлик С., Инграм Х.* Гостиничный бизнес: Учебник [пер. с англ. А.В. Павлов]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 239 с.
24. *Менеджмент туристичної індустрії / Школа І.М. та ін..* – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
25. *Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / Школа І.М. та ін.; за ред. проф. І.М. Школи.* – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – 596 с.
26. *Нечаюк Л.І., Телеш Н.О.* Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 346 с.
27. *Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / Под ред. А.Л. Лесика, А.В. Чернышева.* – М.: Издательский дом «Альпина», 2001. – Т. 3.
28. *Організація обслуговування у малих готелях / Мунін Г.Б., Тимошенко З.І., Палеха Ю.І., Стамболов М.Д.; за заг. ред. проф. О.В. Шербенка.* – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 181 с.
29. *Папирян Г.А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). – М.: Экономика, 2000. – 207 с.
30. *Пуцентейло П.Р.* Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
31. *Роглев Х.Й.* Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
32. *Сенин В.С., Денисенко А.В.* Гостиничный бизнес. – М.: Финансы

и статистика, 2004.

33. *Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф.* Маркетинг готельних послуг. – Львів: Вид-во Львів. комерційної академії, 2000. – 246 с.

34. *Туризм в Україні.* Статистичний збірник. – Київ, 2008. – 218 с.

35. *Туризм и гостиничное хозяйство /* Под ред. А.Д. Чудновского. – М.: ЭКМОС, 2003. – 447 с.

36. *Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие /* Под ред. Л.П. Шматько. – 2-е изд-е. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. – 352 с.

37. *Уніфіковані технології готельних послуг /* За ред проф. В.К. Федорченка; Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.

38. *Уокер Дж. Р.* Введение в гостеприимство: Учебник / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 607 с.

39. *Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посібн. /* Мунін Г.Б., Зміїв А.О., Зінов'єв Г.О. та ін.; за редакцією проф. Дорогушова С.І. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.

40. *Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю.* Історія туризму: Навчальний посібник. – К: Альтер-прес, 2005. – 320 с.

41. *Федорченко В.К., Дьорова Т.А.* Історія туризму в Україні: Навч. посібник. – К.: 2002.

42. *Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі.* Навч. посібник / Мунін Г.Б., Карягін Ю.О., Артеменко А.С., Кошиль Ю.В.; за заг. ред. Л.С. Трофименко і О.О. Гаца. – К.: Кондор, 2008. – 370 с.

43. *Яковлев Г.А.* Экономика гостиничного хозяйства: Учебное пособие. – М.: Изд-во РДЛ, 2005. – 224 с.

44. www.tophotels.ru/main/interesting.

45. <http://otel-e.com/ru/article/inrequirements>.

46. www.forbesrussia.ru/stil-zhizni/puteshestviya.

47. <http://www.mijsvit.com.ua/content/view/>.

48. http://www.jobs.ua/ukr/job_description/rubrics-304/.

49. <http://www.jobs.ua/ukr/dkhp/vipusk-87/>.

50. <http://search.ligazakon.ua/search/business/instruction/ua/>.

51. <http://tourlib.net/lib.htm>.

Національний стандарт України
ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ. КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ
ДСТУ 4269:2003
Загальні положення

1. *Класифікацію готелів* та аналогічних засобів розміщення за категоріями здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до:

- матеріально-технічної оснащеності;
- переліку послуг, що надаються;
- кваліфікації персоналу.

2. *Категорії позначають* символом – «*» (зірка). Готелі класифікують за п'ятьма категоріями. Найвищу категорію позначають «*****», найнижчу – «*».

Категорію готелю зазначають на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці гостя та в рекламних документах.

Вимоги до кожної категорії готелів, наведені в стандарті, є мінімальними і їх потрібно виконувати в повному обсязі.

3. Можуть бути *відхилення від вимог* до матеріально-технічної оснащеності готелів та переліку послуг, що надаються, якщо будівля готелю належить до пам'яток історії чи архітектури, за виконання таких умов:

- керівництво готелю надає документальне підтвердження, засвідчене уповноваженим органом, що виконання вимоги неможливе з погляду збереження історичного характеру будівлі, навколишніх забудов та прилеглої території;

- відхилення не призведе до значного зниження вимог, встановлених для даної категорії готелю;

- в інформаційних і рекламних матеріалах, що стосуються готелю, подають інформацію про історичний характер будівлі і пов'язані з цим відхилення від вимог до матеріально-технічної оснащеності чи переліку послуг, що надаються.

4. *Вимоги до готелів усіх категорій*

4.1. Готель повинен мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану й освітлену прилеглу територію, майданчик з твердим покриттям для короткочасного паркування і маневрування, за наявності окремого входу в ресторан – вивіску з його назвою.

Готель, що займає частину будинку, повинен мати окремий вхід.

4.2. Архітектурно-планувальні і будівельні елементи готелю та використовуване технічне устаткування повинні відповідати вимогам ДБН В.2.2-9.

Додатки

4.3. У готелі потрібно створити умови, щоб забезпечити життя, здоров'я туристів, зберегти їхнє майно та захистити навколишнє середовище згідно з ДСТУ 4268 та вимогами даного стандарту.

4.4. Готелі мають бути оснащені інженерними системами і устаткуванням, які забезпечують:

- постійне електропостачання;
- гаряче і холодне водопостачання (цілодобово);
- каналізацію;
- опалення, що забезпечує температуру в межах від 18 °С до 22 °С у житлових і громадських приміщеннях;
- вентиляцію (природну або примусову), яка забезпечує нормальну циркуляцію повітря і запобігає проникненню сторонніх запахів у номери і громадські приміщення;
- телебачення (підведення до усіх номерів);
- телефонний зв'язок;
- освітлення у номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, забезпечене лампами розжарювання – 100 лк; люмінесцентними – 200 лк; у коридорах – цілодобове освітлення.

4.5. Готель потрібно розміщувати у сприятливих екологічних умовах.

4.6. Проектуючи нові та реконструюючи наявні готелі, необхідно передбачати устаткування для задоволення потреб інвалідів та інших маломобільних груп населення згідно з вимогами ДБН В 2.2-9 та вимогами 6 даного стандарту.

Під новими готелями розуміють готелі, окремі корпуси, введені в експлуатацію або реконструйовані після надання чинності даному стандарту.

4.7. У готелі потрібно створювати всі необхідні умови для особистої гігієни, харчування і відпочинку персоналу. Приміщення для персоналу готелю повинні мати відповідне до категорії готелю сучасне устаткування, зокрема санітарне.

5. Вимоги до готелів різних категорій

№	Вимога	Категорія готелю				
		1*	2*	3*	4*	5*
1	2	3	4	5	6	7
I. Облаштування території, зовнішні елементи благоустрою						
1.	Вивіска					
	1) із зовнішнім освітленням або така, що світиться;	×	×			
	2) така, що світиться, з емблемою			×	×	×

1	2	3	4	5	6	7
2.	Вхід до готелю 1) безпосередньо до вестибуля, де розміщена служба прийому, захищений від попадання холодного повітря; 2) окремий службовий вхід; 3) вхід для гостей із дашком над дверима або з подвійними дверима, що відчиняються автоматично; 4) вхід для гостей із повітряно-тепловою завісою та дашком на шляху від автомобіля	×	×	×	×	×
3.	Вхід до ресторану (кафе, бару) 1) з готелю; 2) окремий вхід із вулиці до об'єкта ресторанного господарства (не стосується рестораних закладів, розташованих на поверхах, вище другого)		×	×	×	×
4.	Автостоянка 1) біля готелю або на відстані не більше ніж 400 м від нього з урахуванням особливостей забудови району. Кількість місць не менша, ніж 20 % від кількості номерів, для мотелів – 100 %; 2) автостоянка з охороною або гараж із основними видами технічного обслуговування автомобілів. Кількість місць не менша, ніж 25 % від кількості номерів, для мотелів – 100%	×	×	×		
5.	Декоративне і (або) озгороджувальне озеленення території (крім готелів, розташованих у суцільній міській забудові)	×	×	×	×	×
II. Громадські приміщення						
6.	Устаткування та меблі відповідають функціональному призначенню приміщення	×	×	×	×	×
7.	Зона приймання (reception) 1) з мінімальною площею (м ²), якщо кількість номерів менша ніж 50; 2) додаткова площа (м ²) на кожний номер понад 50	10	20	20	30	50
		0,2	0,3	0,5	0,8	1,0

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
8.	<p>Служба приймання та зона відпочинку</p> <p>1) - меблі (крісла, дивани, стільці, столи, журнальні столики); - спеціальний покрив підлоги (граніт, мозаїка, оздоблювальна плитка);</p> <p>2) - меблі гарнітурні для відпочинку; - оздоблення підлоги та стін штучними або натуральними матеріалами; - декоративне озеленення; - оформлення інтер'єру приміщення декоративними елементами, картинами або іншими художніми творами, які гармонують із обстановкою; - освітлювальні прилади, які гармонують із загальним стилем приміщення та забезпечують достатнє освітлення (не менше 10 Вт/м²);</p> <p>3) - меблі для відпочинку гарнітурні, виготовлені на замовлення, особливого дизайну; - оздоблення підлоги та стін натуральними матеріалами найвищої якості; - живі квіти та декоративні рослини; - декоративні елементи оформлення інтер'єру та авторські картини, що відповідають загальному стилю приміщення; - освітлювальні прилади особливого дизайну, виконані на індивідуальне замовлення, які гармонують із загальним стилем приміщення і забезпечують достатнє освітлення (не менше 10 Вт/м²);</p>	×	×	×	×	×
				×	×	
						×
9.	Килими або килимовий покрив у зонах відпочинку та коридорах	×	×	×	×	×
10.	Сейф для зберігання цінностей туристів у зоні приймання	×	×	×	×	×
11.	Інформаційні та рекламні матеріали , зокрема іноземними мовами, в зоні приймання або у холах на поверхах			×	×	×

1	2	3	4	5	6	7
12.	<i>Ресстрація</i> з використанням сучасного технічного устаткування (якщо кількість номерів більша ніж 30)				×	×
13.	<i>Холі (салони)</i> на поверхах			×	×	×
14.	<i>Приміщення</i> або частина приміщення <i>для переглядання телепередач</i>	×	×			
III. Загальне технічне устаткування						
15.	<i>Аварійне освітлення</i> (ліхтарі, акумулятори) або централізоване аварійне енергопостачання	×	×			
16.	<i>Стаціонарний генератор</i> , що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів упродовж не менше 24 годин (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання			×		
17.	<i>Стаціонарний генератор</i> , що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів, холодильних установок, кухонного устаткування, обробки та подавання води упродовж не менше 24 годин (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання				×	×
18.	<i>Резервуар для запасу води</i> щонайменше на добу у районах із можливими перебоями у водопостачанні	×	×	×	×	×
19.	<i>Резервна система гарячого водопостачання</i> на час аварій чи профілактичних робіт			×	×	×
20.	<i>Кондиціонування приміщень спільного користування</i> (вестибюлю, приміщень для культурних чи ділових заходів): 1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %;			×		

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
	2) кондиціонування				×	×
21.	Кондиціонування житлових приміщень 1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %; 2) кондиціонування				×	×
22.	Вентиляція санвузлів	×	×	×	×	×
23.	Опалення 1) опалювання громадських і житлових приміщень окремими приладами або центральне опалення; 2) центральне опалення; 3) з термостатом для індивідуального регулювання температури (в нових та реконструйованих будинках); 4) підігрівання підлоги у ванній кімнаті	×	×		×	×
				×	×	×
					×	×
					×	×
24.	Пасажирський ліфт або ескалатор у будинках (вимога не обов'язкова за наявності документального підтвердження щодо неможливості встановлення ліфта з технічних причин). У такому випадку потрібно доставляти багаж у номери безплатно. 1) більше чотирьох поверхів; 2) більше трьох поверхів; 3) більше двох поверхів; 4) більше одного поверху; 5) час очікування: - 30 с; - 45 с; 6) цілодобова робота ліфта або ескалатора	×	×			
				×		
					×	
						×
					×	×
		×	×	×	×	×
25.	Вантажний ліфт (якщо кількість номерів більша ніж 30)				×	×
26.	Не менше одного ліфта на кожному 60 номерів (у нових і реконструйованих готелях)				×	×

1	2	3	4	5	6	7
27.	Телефонний зв'язок 1) телефон в рецепції, доступний для гостей; 2) міський телефон на поверсі за відсутності телефонів у номерах; 3) міський телефон у всіх номерах 4) прямий телефон з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах; 5) у багатокімнатних номерах – у кожній кімнаті; 6) у багатокімнатних номерах – у санвузлах; 7) телефони колективного користування у вестибулі в кабіні або під акустичним ковпаком – міський, міжміський, міжнародний	×	×	×	×	×
IV. Номерний фонд						
28.	Місце в одно-, двомісних номерах не менше ніж	60%	80%	100%	100%	100%
29.	Житлова площа однокімнатних номерів (без площі санвузла, коридору та балкона) в м ² 1) одномісні; 2) двомісні; 3) тримісні; 4) чотиримісні; 5) для номерів, в яких кількість ліжок більша чотирьох, до площі чотиримісного номера додається на кожного наступного гостя 4,5 м ² ;	8 10 14 16 ×	9 12 16 18 ×	10 14 	12 15 	14 16

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
	б) допущено відхилення не більше ніж на 10 % житлової площі номерів, за умови збільшеної площі інших частин номера (лоджія, коридор тощо) і (або) підвищеної функціональності меблів	×	×	×		
30.	Багатокімнатні номери			×		
31.	Багатокімнатні номери , які повинні мати щонайменше вітальню (площею не менше 16 м ²), спальню із санвузлом (ванна, душ, умивальник, унітаз), коридор із додатковим туалетом. Кількість – не менша ніж 5 % від загальної кількості номерів.				×	×
32.	Звукоізоляція номерів на рівні 35 дБА	×	×	×		
33.	Усі номери з підвищеною звукоізоляцією дверей і вікон , яка забезпечує захист від вуличного шуму.				×	
34.	Усі номери з особливою звукоізоляцією стін, дверей і вікон , яка повністю запобігає проникненню стороннього шуму з вулиці та готельних приміщень					×
V. Технічна оснащеність номерів						
35.	Двері та замки					
	1) замок;	×	×	×	×	×
	2) із внутрішнім запобіжником;	×	×	×	×	×
	3) замок підвищеної секретності;				×	×
	4) вічко у дверях					×
36.	Охоронна сигналізація чи електронні засоби контролю за безпекою номера					×

1	2	3	4	5	6	7
37.	Освітлення					
	1) загальне освітлення кімнати;	×	×	×	×	×
	2) світильник біля кожного ліжка;	×	×	×	×	×
	3) лампа, яка контролює робоче місце (стіл);			×	×	×
	4) вимикач дистанційного управління загального освітлення біля узголів'я ліжка (в нових і реконструйованих готелях)				×	×
38.	Електричні розетки					
	1) із зазначенням напруги;	×	×	×	×	×
	2) не менше двох на кімнату;	×	×	×	×	×
	3) у санвузлі;	×	×	×	×	×
	4) для під'єднання до Інтернету;				×	×
	5) різнопазові				×	×
39.	Телевізор					
	1) на прохання гостя;	×	×			
	2) кольоровий у кожному номері;			×	×	×
	3) з прийманням програм основних телекомпаній світу і готельного відео каналу, з дистанційним управлінням				×	×
40.	Радіоприймачі або інша можливість приймання радіопрограм в усіх номерах	×	×	×	×	×
41.	Холодильник у багатокімнатних та одномісних номерах			×		
42.	Міні-бар або холодильник в усіх номерах				×	
43.	Міні-бар					×
44.	Міні-сейф у кожному номері або сейф з індивідуальними відділками у службі приймання				×	
45.	Міні-сейф у кожному номері					×
VI. Оснащеність номерів меблями та інвентарем						
46.	Ліжко (мінімальні розміри)					
	1) односпальне 80 см × 190 см;	×	×			
	2) односпальне 90 см × 200 см;			×	×	×
	3) двоспальне 140 см × 190 см;	×	×	×		
	4) двоспальне 160 см × 200 см;				×	×
	5) дитяче або розкладне ліжко (на прохання)	×	×	×	×	×

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
47.	Комплект постільних речей і білизни: - матрац із намотрацником; - дві подушки; - ковдра, додаткова ковдра, покривало на ліжку; - простирадло, підковдра, наволоки	×	×	×	×	×
48.	Килимок біля кожного ліжка за відсутності килима або килимового покриву підлоги	×	×	×		
49.	Килим або килимовий покрив підлоги				×	×
50.	Тумбочка (столик) біля кожного спального місця	×	×	×	×	×
51.	Вішалка для верхнього одягу і головних уборів	×	×	×	×	×
52.	Шафа , вбудована шафа або ніша для одягу з поличками і плічками (не менше 3 шт./місце)	×	×			
53.	Шафа з поличками, вішалкою та плічками (не менше 5 шт./місце)			×	×	×
54.	Стільці або інші меблі для сидіння (один предмет на кожного гостя, але не менше двох на номер)	×	×	×		
55.	Крісло для відпочинку (щонайменше два на номер) або м'який диван				×	×
56.	Стіл або письмовий стіл	×	×	×		
57.	Письмовий стіл зі стільцем або робочим кріслом				×	×
58.	Журнальний столик				×	×
59.	Поличка (підставка) для багажу	×	×	×	×	×
60.	Цупкі завіски (або жалюзі), що затемнюють приміщення	×	×	×	×	×
61.	Прозорі завіски (або жалюзі)	×	×	×	×	×
62.	Дзеркало 1) у кімнаті, додатково до дзеркала у ванній кімнаті або над умивальником; 2) щонайменше одне великого розміру або у повний зріст	×	×	×	×	×
					×	×

1	2	3	4	5	6	7
63.	<i>Швацький набір</i> (голка, нитки)			×	×	×
64.	<i>Щітки</i> для одягу і взуття	×	×	×	×	×
65.	<i>Склянки</i> на кожного гостя	×	×	×		
66.	<i>Набір посуду</i> для питної води, чаю та міні-бару				×	×
67.	<i>Вода мінеральна</i> або столова (0,2 л на гостя щоденно)				×	×
68.	<i>Попільничка</i>	×	×	×	×	×
69.	<i>Ключ комбінований</i> (для відкривання пляшок)	×	×	×	×	×
70.	<i>Інформаційні матеріали</i> у номері					
	1) перелік послуг та прейскуранти цін на них;	×	×	×	×	×
	2) рекламні матеріали (буклети, брошури тощо) з туристичною та іншою інформацією;		×	×	×	×
	3) телефонний довідник;		×	×	×	×
	4) матеріали іноземними мовами;			×	×	×
5) у папці з емблемою готелю			×	×	×	
71.	<i>Набір письмового приладдя</i> (конверти, поштовий папір, ручка, олівець)			×	×	×
72.	<i>Ярлики</i> «Прошу не заважати», «Можна прибирати»	×	×	×	×	×
73.	<i>Пакети</i> для пральні та хімчистки			×	×	×
74.	<i>Протипозжежна інструкція та інструкція</i> щодо дій в екстремальних умовах	×	×	×	×	×
VII. Санітарне устаткування номера						
75.	<i>Кількість номерів</i> із повним санвузлом (умивальник, унітаз, ванна або душ) У нових готелях – 100 % незалежно від категорії	25 %	50 %	100%	100%	100%

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
76.	Площа санвузла повинна бути достатньою для вільного переміщення по ньому та дозволити безпечно і комфортно використання всього устаткування	×	×	×	×	×
77.	Кожний номер без санвузла повинен бути обладнаний умивальником з холодною і гарячою водою	×	×			
78.	На кожному поверсі, де розташовано номери без санвузлів, повинні бути один туалет або одна ванна або духова на кожні 5 номерів без санвузлів, але не менше ніж два туалети та дві ванни або душові на поверх окремо для жінок та чоловіків	×	×			
79.	Інвентар і предмети санітарно-гігієнічного оснащення санвузла					
	1) дзеркало над умивальником з бічним або верхнім освітленням;	×	×	×	×	×
	2) поличка для туалетних речей;	×	×	×	×	×
	3) завіски для ванни чи душу;			×	×	×
	4) килимок на підлозі;	×	×	×	×	×
	5) фен для сушіння волосся;				×	×
	6) тримач для рушників, гачки для одягу;	×	×	×	×	×
	7) склянка;	×	×	×	×	×
	8) рушники на кожного гостя, не менше ніж	2	2	3	4	4
	9) банний рушник	×	×	×	×	×
	10) халат банний (на кожного гостя);					×
	11) шапочка банна (на кожного гостя);			×	×	×
12) тапочки банні (на кожного гостя);					×	

1	2	3	4	5	6	7
	13) туалетні речі на кожного гостя (замінують в міру використання): а) туалетне мило; б) туалетне мило або дозатор рідкого мила, шампунь, піна (сіль) для ванни в пакуванні з емблемою готелю;	×	×	×	×	×
	14) туалетний папір;	×	×	×	×	×
	15) тримач для туалетного паперу;	×	×	×	×	×
	16) щітка для унітаза (у футлярі);	×	×	×	×	×
	17) кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу;	×	×	×	×	×
	18) пакети для предметів гігієни;				×	×
	19) накривка до унітаза	×	×	×	×	×
VIII. Устаткування санітарних об'єктів загального користування						
80.	Туалети: туалетні кабінки, умивальник із дзеркалом, електрична розетка, туалетний папір, мило або дозатор рідкого мила, паперові серветки або електрорушники, гачки для одягу, кошики для сміття з вогнетривкого матеріалу	×	×	×	×	×
81.	Ванні кімнати або душові: ванни або душові кабінки, туалетна кабіна, умивальник із дзеркалом та полицю для туалетних речей, гачки для одягу, кошики для сміття з вогнетривкого матеріалу	×	×			
IX. Приміщення для надавання послуг харчування						
82.	Ресторан, бар, кафе, їдальня, закусоцна – щонайменше один об'єкт із вищеперерахованих		×			

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
83.	Ресторан або кафе: кількість сидячих місць не менша ніж 75% від кількості місць у готелі			×		
84.	Ресторан, кілька залів, окремі кабінети: кількість столів не менша ніж 75 % від кількості номерів; клас обслуговування – не нижчий за «вищий»				×	×
85.	Банкетний зал(и) , що можна трансформувати у конференц-зал				×	×
86.	Бар				×	×
87.	Додатковий бар у зоні прийому					×
88.	Окреме приміщення для харчування персоналу				×	×
Х. Додаткові приміщення для надавання інших послуг						
89.	Зал універсальний для проведення культурних або ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою (для мотелів необов'язково)			×	×	×
90.	Бізнес-центр з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, під'єднаними до Інтернету				×	×
91.	Приміщення для біологічного відновлення організму та занять спортом: 1) плавальний басейн, сауна, тренажерний зал, солярій, масажна, спортивний зал – щонайменше два об'єкти з вищезазначеного (обов'язково для готелів 3*, розташованих у курортно-рекреаційній зоні); 2) плавальний басейн			×	×	×
						×

1	2	3	4	5	6	7
92.	Медичний кабінет					×
93.	Перукарня першої чи другої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094 (якщо кількість номерів більша ніж 50)			×		
94.	Перукарня вищої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094				×	×
95.	Кімната побутового обслуговування	×	×	×	×	
96.	Камера схову (цілодобово)	×	×	×	×	×
97.	Магазини і торговельні кіоски (з продажу сувенірів, парфумно-косметичної, тютюнової продукції, газет, журналів та іншої поліграфічної продукції)			×	×	×
ХІ. Послуги						
98.	Служба прийому (цілодобово)	×	×	×	×	×
99.	Швейцар				×	×
100.	Піднесення багажу (з машини в номер і з номера в машину) цілодобово 1) на прохання; 2) обов'язково		×	×		
					×	×
101.	Прибирання номера покоївкою 1) щоденно; 2) контролюючи його стан упродовж дня	×	×	×	×	×
					×	×
102.	Заправлення ліжок покоївкою	×	×	×	×	×
103.	Заміна постільної білизни 1) один раз на 3 дні або за бажанням гостя; 2) щоденно чи за бажанням гостя	×	×	×		
					×	×
104.	Заміна рушників 1) один раз на 3 дні або за бажанням гостя; 2) щоденно або за бажанням гостя	×	×			
				×	×	×

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
105.	Прання 1) повернення білизни впродовж 24 годин; 2) повернення білизни впродовж 12 годин	×	×	×		×
106.	Прасування 1) надавання праски, прасувальної дошки; 2) упродовж години, а також у вихідні дні	×	×	×		×
107.	Чищення одягу (хімчистка)			×	×	×
108.	Дрібний ремонт одягу	×	×	×	×	×
109.	Чищення взуття 1) персоналом готелю чи автоматом; 2) персоналом готелю			×		×
110.	Послуги секретаря, стенографіста, перекладача, посильного				×	×
111.	Надавання в користування (самостійне або за участю обслуговуючого персоналу) комп'ютерів, електронних засобів зв'язку, відео-, аудіо-устаткування			×	×	×
112.	Зберігання цінностей у сейфі адміністрації	×	×	×	×	×
113.	Зберігання багажу	×	×	×	×	×
114.	Обмін валюти 1) для 3* готелів допускають наявність пункту обміну валюти чи банкомата на відстані до 100 м; 2) цілодобово			×	×	×
115.	Приймання кредитних карток			×	×	×
116.	Організація зустрічей і провідів (в аеропорту, на вокзали тощо)				×	×
117.	Виклик таксі	×	×	×	×	×
118.	Оренда (прокат) автомобіля				×	×

1	2	3	4	5	6	7
119.	Паркування автомобіля персоналом готелю та подання з гаража (зі стоянки) до під'їзду автомобіля гостя					×
120.	Бронювання квитків на різні види транспорту			×	×	×
121.	Бронювання і (або) продаж квитків до театру та на інші розважальні заходи		×	×	×	×
122.	Туристичні послуги (туристична інформація, екскурсії, гіді-перекладачі тощо)			×	×	×
123.	Прокат спортивного та відпочинкового інвентарю для готелів, розташованих у курортно-рекреаційній зоні			×	×	×
124.	Виклик швидкої допомоги , користування аптечкою першої допомоги	×	×	×	×	×
ХІІ. Послуги харчування						
125.	Надавання сніданків			×	×	×
126.	Робота принаймні одного бару цілодобово				×	×
127.	Обслуговування в номері 1) з 7.00 год. до 24.00 год.; 2) цілодобово			×		×
ХІІІ. Вимоги до персоналу та його підготовленості						
128.	Посадові інструкції для персоналу, що фіксують функційні обов'язки і встановлені правила роботи	×	×	×	×	×
129.	Кваліфікація: керівники та персонал повинні бути підготовлені: 1) щодо виконуваної роботи; 2) щодо забезпечення перебування в готелі	×	×	×	×	×
130.	Знання мов 1) добре володіння персоналом служби прийому однією іноземною мовою 2) вільне володіння персоналом служби прийому англійською та ще однією іноземною мовою, підтвержене документом про відповідну освіту (як мінімум закінчення спеціальних курсів)	×	×		×	×

Додатки

Продовження додатка А

1	2	3	4	5	6	7
	З) достатні знання англійської мови покоївками, швейцарами та іншим обслуговуючим персоналом				×	×
131.	Персонал повинен бути здатний створювати в готелі атмосферу гостинності, у стосунках з гостями виявляти доброзичливість	×	×	×		
132.	Персонал повинен бути добре підготовлений та люб'язний, готовий швидко та ефективно виконати прохання гостей				×	×
133.	Персонал повинен проходити періодичний медичний огляд	×	×	×	×	×
134.	Зовнішній вигляд персоналу 1) формений одяг, диференційований за службами, службові позначення; 2) уніформа персоналу з характеристиками для готелю особливостями	×	×	×	×	×
					×	×

6. Загальні вимоги щодо врахування потреб інвалідів

6.1. Вхід до готелю повинен бути пристосований до потреб інвалідів та інших мало мобільних груп населення.

6.2. Служба прийому повинна мати спеціальне місце для обслуговування особи, що рухається на візку.

6.3. Готелі усіх категорій повинні мати щонайменше один номер, пристосований для потреб інвалідів.

6.4. У загальнодоступній частині готелю принаймні один туалет повинен бути пристосований для потреб інвалідів.

6.5. У громадських приміщеннях (вестибуль, холи, приміщення для харчування тощо) потрібно визначити місця для особи, що рухається на візку.

7. Загальні вимоги до якості устаткування та оснащення готелів різних категорій

7.1. Готелі категорії 1 зірка

Готелі категорії одна зірка можуть бути побудовані з недорогих будівельних матеріалів, мати устаткування та меблі, випущені серійно, але всі меблі та електроприлади повинні бути справні, функційні.

Постільна білизна та рушники повинні бути якісні, без пошкоджень.

Санвузли повинні бути оснащені справним устаткуванням, стіни і підлога вкриті водонепроникним матеріалом.

Круль Г.Я. Основи готельної справи

7.2. Готелі категорії 2 зірки

Все устаткування готелю може бути недороге, але функційне, справне, у доброму технічному стані.

Постільна білизна в доброму стані, незношена, без пошкоджень, з натуральних або натурально-штучних тканин: може бути однотонна або з малюнком, біла або кольорова, картата або у смужку.

Оснащення санвузлів повинно мати естетичний вигляд, стіни і підлога вкриті водонепроникним матеріалом і зроблені якісно, без видимих недоліків.

7.3. Готелі категорії 3 зірки

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі), головний фасад будинку повинен відповідати певному архітектурному стилю. Якщо будинок побудовано за невдалим проектом і він має невизначений фасад, повинен бути застосований широкий спектр сучасних будівельних технологій і матеріалів, які дають змогу зробити зовнішній вигляд привабливим.

Меблі та оснащення можуть бути з матеріалів середньої вартості, але добре оформлені, відповідати єдиному стилю. Усе устаткування повинно бути у доброму технічному стані та створювати затишок.

Номери та громадські приміщення повинні бути прикрашені декоративними елементами, картинами та іншими художніми творами.

Постільна білизна з натуральних тканин, незношена, однотонна або з малюнком, біла або кольорова, картата або у смужку.

Санвузли повинні бути оснащені якісним устаткуванням середньої вартості, стіни і підлога вкриті відповідним водонепроникним матеріалом, зроблені без недоліків.

7.4. Готелі категорії 4 зірки

Будинок готелю повинен органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі).

Усі фасади будинку повинні відповідати певному, чітко вираженому архітектурному стилю; у випадку реконструкції будинку, який є історико-архітектурною пам'яткою, потрібно зберегти початковий вигляд фасадів, фресок, вітражів.

Інтер'єр будинку повинен бути створений відповідно до єдиного дизайн-проекту, стіни прикрашені художніми творами, які гармонують з інтер'єром.

Будівельні матеріали, меблі та устаткування громадських приміщень і номерів повинні бути з дорогих матеріалів, комфортні та у дуже

доброму технічному стані. У всіх приміщеннях мають бути килими або килимові покриття відповідної якості.

Постільна білизна з тонкотканих натуральних тканин, біла або кольорова.

Санвузли повинні бути оснащені якісним дорогим устаткуванням у відмінному стані, стіни й підлога покриті відповідним водонепроникним матеріалом не менше ніж на 2/3 поверхні за висотою.

7.5. Готелі категорії 5 зірок

Вимоги до будинку такі ж, як до готелів категорії 4*. Винятковий дизайн інтер'єру. Номери, холи, вестибуль прикрашені авторськими роботами: картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами тощо. Предмети інтер'єру і оформлення повинні створювати респектабельну атмосферу готелю.

Загальне устаткування, устаткування громадських приміщень, кімнат і санвузлів, меблі та килими повинні бути з найдорожчих матеріалів, мати власні неповторні особливості і перебувати у бездоганному стані. Посуд та столові прибори мають бути одного стилю, гарнітурні.

Постільна білизна з тонкотканих натуральних тканин із вишитою або витканою емблемою готелю.

Додаток Б
(основний)

ЗАТВЕРДЖЕНО
наказом Державної туристичної адміністрації України
від 16 березня 2004 р. № 19

Зареєстровано
в Міністерстві юстиції України
2 квітня 2004 р. за № 413/9012

ПРАВИЛА користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг

1. Загальні положення

1.1. Ці Правила регламентують основні вимоги щодо користування готелями та аналогічними засобами розміщення (далі – готелі) усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання послуг розміщення (готельних послуг) споживачам, і регулюють відносини між споживачами (фізичними особами, які проживають у готелях або мають намір скористатися готельними послугами), та готелями, виконавцями цих послуг.

1.2. У своїй діяльності готелі керуються чинним законодавством України та цими Правилами.

1.3. У Правилах **терміни** вживаються в такому значенні:

- **готелі та аналогічні засоби розміщення** – майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання;
- **готель** – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів;
- **аналогічні засоби розміщення** – підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів;

Додатки

- **споживач** – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари, роботи, послуги для власних (побутових) потреб;
- **замовник** – фізична або юридична особа, в тому числі суб'єкт туристичної діяльності, яка укладає відповідний договір на надання готельних послуг від імені та на користь споживача та здійснює оплату за цим договором (надає гарантії щодо оплати за цим договором);
- **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 та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі;
- **основні послуги** – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором;
- **додаткові послуги** – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором;
- **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;
- **номер** – окреме вмебльоване приміщення, що складається з однієї або декількох кімнат, обладнаних для тимчасового проживання;
- **штрафні санкції** – штраф, який сплачується договірною стороною у випадку порушення нею вимог, обумовлених договором або чинним законодавством;
- **бронювання** – процес замовлення замовником готелю основних і/або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів;
- **підтвердження заброньованих послуг** – згода готелю щодо виконання замовленого обумовленого переліку основних і додаткових послуг згідно з заявкою;
- **відмова в бронюванні послуг** – відмова готелю в бронюванні основних і додаткових послуг готелю у визначений договором термін;
- **анулювання** – відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання поділяється на три види: своєчасне анулювання, пізне

- анулювання, неприбуття. В разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф з 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 у термін *не пізніше ніж за одну добу* до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни;
 - **неприбуття** – фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю у день заїзду, або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення;
 - **дата заїзду** – дата прибуття споживача до готелю;
 - **дата виїзду** – дата виїзду споживача із готелю;
 - **ранній заїзд** – заїзд споживача до готелю до розрахункової години;
 - **пізній виїзд** – виїзд споживача з готелю після розрахункової години в день виїзду;
 - **розрахункова година** – година, яка встановлена у готелі і при настанні якої споживач повинен звільнити номер у день виїзду і після якої здійснюється заселення у готель.

1.4. Категорія готелю встановлюється відповідно до чинного законодавства України.

1.5. Використання «зірок» як знака відповідності готелю певній категорії без підтвердження її у встановленому чинним законодавством порядку забороняється.

1.6. *Посадові особи, які безпосередньо здійснюють керівництво готелем та його персоналом, повинні мати вищу фахову освіту або вищу освіту та спеціальну професійну підготовку чи стаж керівної роботи у сфері надання готельних послуг не менш трьох років.*

1.7. Режим роботи готелю **цілодобовий**.

1.8. Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен мати відповідну професійну підготовку, володіти іноземними мовами в необхідному обсязі залежно від категорії готелю, дотримуватись правил службового етикету (бути ввічливим, люб'язним, мати охайний вигляд).

1.9. Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен проходити медичне обстеження, результати якого відображаються в особових медичних книжках. Особова медична книжка пред'являється для контролю на вимогу представників

установ державної санітарно-епідеміологічної служби.

1.10. У готелі повинні використовуватись мийні засоби, що дозволені Міністерством охорони здоров'я України і мають сертифікат відповідності.

1.11. Матеріально-технічне оснащення та мінімальний перелік послуг, що надаються готелем, повинні відповідати вимогам, установленим стандартами та іншими нормативно-правовими документами для категорії одна «зірка».

1.12. Готель повинен мати внутрішні правила проживання у готелі, які не суперечать цим Правилам, а також книгу відгуків та пропозицій.

1.13. Готель повинен мати журнал реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці та журнал реєстрації інструктажів з питань охорони праці.

2. Інформація про послуги

2.1. Готель зобов'язаний довести до відома споживача найменування та місцезнаходження юридичної особи, категорію готелю при її наявності.

Фізична особа – суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу інформацію про свою державну реєстрацію та найменування органу, що його зареєстрував.

2.2. Готель зобов'язаний надати споживачу необхідну, достовірну, доступну та своєчасну інформацію про готельні послуги.

Інформація доводиться до відома споживача у доступній наочній формі і розміщується у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача, у зручному для огляду місці та повинна включати таке:

- зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати готельні послуги;
- ці Правила;
- свідоцтво про присвоєння готелю відповідної категорії (якщо вона присвоєна);
- копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;
- копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;
- ціну номера (місця в номері);
- перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);
- перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- відомості про форму та порядок оплати послуг;
- перелік категорій осіб, що мають право на отримання пільг, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності до законодавства;

- відомості про роботу закладів (підприємств) громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розташовані в готелі. У разі їх відсутності — дані про місцезнаходження та режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку та побутового обслуговування;
- відомості про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

2.3. Готель повинен забезпечити наявність у кожному номері внутрішніх правил проживання у готелі, правил протипожежної безпеки та інструкції щодо дій в екстремальних умовах, перелік додаткових послуг та прейскурант цін на них, відомості про роботу закладів (підприємств) громадського харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розміщені у готелі, внутрішній телефонний довідник.

Зазначена інформація повинна доводитись до відома споживачів українською мовою і, в залежності від категорії підприємства, іноземними мовами (на розсуд готелю).

2.4. Збитки, завдані споживачу послугами, що надані готелем і були придбані в результаті недобросовісної інформації (реклами), підлягають відшкодуванню готелем у повному обсязі.

3. Порядок бронювання номерів (місць), укладання договору на готельне обслуговування та оплати послуг

3.1. Готель має право укласти договір з замовником (споживачем) на бронювання номерів (місць) шляхом підписання його двома сторонами, а також шляхом прийняття *заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або іншого зв'язку (засобів електронної пошти, включаючи факсимільну)*, який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику. Договір вважається укладеним тільки в разі письмового акцепту готелем направленої йому заявки на бронювання та досягнення сторонами згоди в обумовленій формі щодо всіх істотних умов.

3.2. При бронюванні номера (місця) готель може запросити передплату за надання готельних послуг. У разі відмови споживача оплатити броню, його розміщення у готелі проводиться у порядку загальної черги.

Передплата враховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку, якщо інше не обумовлено укладеним із замовником договором.

При неприбутті споживача до 18:00 (час анулювання) в день замовленого прибуття, замовлення анулюється, якщо бронювання номера (місця) не було підтверджено.

Додатки

Якщо заброньовані номери (місця) не були підготовлені вчасно до заселення, плата за їх бронювання не стягується.

3.3. Договір про надання основних готельних послуг може бути укладеним замовником на користь споживача за дорученням останнього.

3.4. Готель має право застосовувати вільні ціни і тарифи та систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання цін та тарифів.

3.5. Ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т. ч. бронювання, встановлюються готелем самостійно, форма оплати визначається договором між споживачем/замовником та готелем.

Готель може застосовувати добову або погодинну оплату готельних послуг.

Готель визначає перелік основних послуг, які входять у ціну номера (місця в номері).

3.6. Договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладення договору і містить у собі:

- найменування готелю, його реквізити (для приватного підприємця – прізвище, ім'я, по батькові, інформацію про державну реєстрацію);
- прізвище, ім'я та по батькові споживача;
- інформацію про номер (місце в номері), що надається;
- ціну номера (місця в номері);
- інші необхідні дані на розсуд готелю.

3.7. Договір про надання готельних послуг може бути укладений на визначений або невизначений термін. При укладанні договору на невизначений термін погодженим вважається найкоротший термін, як правило, одна доба; дія договору в такому разі завершується о 12.00 дня, наступного за днем прибуття споживача.

3.8. Плата за надання готельних послуг стягується у відповідності до єдиної розрахункової години – 12-ї години поточної доби за місцевим часом.

Готель з урахуванням місцевих особливостей має право змінити єдину розрахункову годину.

При проживанні в готелі менше однієї доби та у разі раннього заїзду чи пізнього виїзду готель самостійно визначає розмір плати за надання готельних послуг.

3.9. При розміщенні дітей віком до 5 років з батьками в одному номері, плата за проживання дітей не стягується.

4. Порядок надання послуг

4.1. Номер (місце) в готелі надається споживачу при пред'явленні паспорта або іншого документа, який засвідчує особу (паспорт громадянина України, паспорт громадянина України для виїзду за кордон, дипломатичний чи службовий паспорт, посвідчення особи моряка, посвідка на проживання особи, яка мешкає в Україні, але не є громадянином України, національний паспорт іноземця або документ, що його замінює, та віза на право перебування в Україні (якщо інше не передбачено чинними двосторонніми угодами), свідоцтво про народження неповнолітніх, які не досягли 16 років, посвідчення водія, для військових — особове посвідчення або військовий квиток, посвідчення, яке видане за місцем роботи споживача, та ін.), і заповненні анкети встановленого центральним органом виконавчої влади з питань туризму зразка.

4.2. Споживач має право розірвати договір про надання готельних послуг у будь-який час за умови оплати фактично наданих готелем послуг.

Порядок розірвання договору на надання готельних послуг із замовником визначається договором та чинним законодавством.

4.3. Готель зобов'язаний надати пільги тим категоріям споживачів, для яких такі пільги передбачені, в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством.

4.4. Без згоди споживача/замовника готель не має права надавати додаткові послуги, які не включені у договір. Споживач/замовник може відмовитись від оплати таких послуг, а в разі їх сплати готель зобов'язаний повернути сплачену суму.

Забороняється обумовлювати виконання одних послуг за умови надання інших послуг.

4.5. За бажанням споживача йому може надаватись номер на два і більше місць з оплатою вартості номера.

4.6. Готель повинен забезпечити цілодобове оформлення споживачів, які прибувають та вибувають із готелю.

4.7. У закладах (підприємствах) громадського харчування, зв'язку та побутового обслуговування, розміщених у готелях, особи, які проживають у готелі, мають право на обслуговування у першу чергу.

4.8. Готель зобов'язаний надати споживачу без **додаткової оплати такі види послуг:**

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

Додатки

4.9. Зміна постільної білизни, рушників і туалетних речей проводиться відповідно до категорії готелю, але *не рідше 2-х разів на тиждень*.

4.10. Готель забезпечує комплектність і справність обладнання в номері, а також якість підготовки приміщення під заселення.

4.11. Готель відповідає за схоронність речей, внесених до готелю споживачем, який проживає у ньому. Річ вважається такою, що внесена до готелю, якщо вона передана працівникам готелю або знаходиться у відведеному для споживача приміщенні.

Готель відповідає за втрату грошей, інших цінностей (цінних паперів, коштовностей) лише за умови, що вони були окремо передані готелю на зберігання.

У разі втрати чи пошкодження речі споживач зобов'язаний негайно повідомити про це готель.

Якщо до закінчення терміну проживання споживач не пред'явив свої вимоги до готелю, вважається, що його речі не були втрачені чи пошкоджені.

4.12. У разі виявлення забутих речей готель зобов'язаний негайно повідомити про це власника речей (за умови, що їх власник відомий).

Забуті речі зберігаються у готелі впродовж шести місяців, після чого передаються у відповідні державні органи для реалізації або знищуються, про що складається акт установленної форми.

4.13. Споживач зобов'язаний дотримуватись цих Правил, внутрішніх правил проживання у готелі та правил пожежної безпеки.

Якщо споживач неодноразово порушує внутрішні правила проживання у готелі, що призводить до матеріальних збитків, а також створює незручності для інших споживачів, готель має право відмовити у поселенні або розірвати договір (здійснити виселення).

5. Відповідальність готелю і споживачів за невиконання обов'язків під час надання готельних послуг

5.1. Готель зобов'язаний забезпечити якісне надання готельних послуг згідно з вимогами чинного законодавства, цих Правил та договору.

Матеріально-технічне забезпечення готелю, перелік та якість послуг, які надаються споживачу, повинні відповідати вимогам присвоєної готелю категорії.

5.2. За умови невиконання повністю або частково договірних зобов'язань, пов'язаних із наданням готельних послуг, винна сторона має відшкодувати іншій стороні завдані цим збитки.

5.3. При неможливості (відмові) виконати умови попередньо укла-

деного договору зі споживачем/замовником щодо надання готельних послуг готель зобов'язаний, на вимогу споживача, забезпечити розміщення споживача в іншому готелі, розташованому в даній місцевості, що надає послуги рівноцінні або вищої якості. Додаткові затрати, що виникли у зв'язку з цим, покриваються готелем.

5.4. Споживач при виявленні недоліків у наданій послугі, невідповідності послуги присвоєній категорії готелю має право за своїм вибором вимагати:

- усунення недоліків безоплатно та у визначений термін;
- відповідного зменшення ціни за надану послугу.

Готель повинен ужити заходів щодо усунення недоліків наданої послуги протягом години з моменту пред'явлення споживачем відповідної вимоги.

Споживач має право розірвати договір про надання готельних послуг і відповідно до чинного законодавства вимагати повного відшкодування збитків, якщо готель в установлений термін не усунув недоліки.

Гроші, сплачені споживачем за послуги, повертаються у день розірвання договору або в інший термін за домовленістю, але не пізніше ніж протягом 7 днів від дня пред'явлення відповідної вимоги.

5.5. Готель відповідно до чинного законодавства України несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з недоліками при наданні послуг. Порядок і обсяг відшкодування визначається відповідно до чинного законодавства.

5.6. Відшкодування збитків, що були заподіяні споживачем у зв'язку з утратою або пошкодженням майна готелю, здійснюється ним відповідно до чинного законодавства України.

6. Контроль за дотриманням Правил

6.1. Контроль за дотриманням готелем цих Правил здійснюють місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування, центральний орган виконавчої влади з питань туризму та інші центральні органи виконавчої влади в межах їх компетенції.

6.2. За порушення санітарних вимог або надання готельних послуг, що не відповідають вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, готель несе відповідальність згідно із чинним законодавством.

6.3. Готель зобов'язаний здійснювати контроль за додержанням персоналом цих Правил. У разі порушення Правил винні особи несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

Додаток В
(довідковий)

Екзотичні готелі світу

Щорічно професійний журнал *Institutional Investor* („Інвестор-початківець”), аналізуючи результати роботи готелів світу шляхом опитування ділових людей, що проводять більше половини року в готелях різних континентів, визначає найкращі з них.

Найбільшим готелем світу залишається „*MGM Grand*” у Лас-Вегасі (Невада, США). Його номерний фонд становить 5005 номерів для гостей. Готель складається з 4-х тридцятиповерхових башт і займає 45,3 га. Конференц-зал готелю розрахований на 15,2 тис. місць. Тематичний парк – 13,3 га. Казино має площу 5793 м² і складається з чотирьох окремих залів. Установлених ігрових автоматів налічується тисячі.

Найстарішим готелем Європи вважають готель “*Drei Konige am Rhein*” у місті Базелі. Перші клієнти, як повідомляють хроніки того часу, переступили через його поріг ще в 1026 р.

Найбільший готельний вестибуль (довжина 107 метрів, а ширина 49 метрів при висоті стель 52 метри) має готель „*Хайат-Рідженсі*” в Сан-Франциско.

Готелем на колесах, як і раніше, вважається „*Східний експрес Париж-Стамбул*”. Його довжина становить 501 метр.

Найвисокогірнішим готелем у світі є готель „*Вигляд на Еверест*”, який гніздиться на одному із хребтів Гімалаїв. Збудований він неподалік від селища Начме (Непал) на висоті 3960 м. За ясної погоди з нього відкривається приголомшливий вид на Еверест. Не дивно, що в цьому готелі найпопулярнішим замовленням у номер є кисень (\$1 за хвилину). 80% відвідувачів цього готелю страждають на нудоту, головний біль і безсоння; але він не простоює.

Найдорожчі апартаменти – у *Penthouse Suite* в готелі *Martinez* у Каннах, де за ночівлю в апартаментах із чотирма спальнями і терасами з джакузі клієнт сплачує \$37200. У Гонконгу відкрився готель *Swishshorn Gold Palace*, в якому за \$26000 можна провести добу в золотих апартаментах. Тут ліжка, ванни, унітази, стіни, стеля, люстри, тумбочки і всі дрібниці декоровані золотом. На оздоблення апартаментів було витрачено понад 2 тонни дорогоцінного металу. Будівельні роботи провадилися впродовж 5 років і обійшлися в 50 млн. доларів. Автором ідеї золотого готелю став мільйонер-ювелір Лам Сайвін, якого надихнув китайський імператор династії Хань, що пообіцяв збудувати палац із чистого золота для своєї коханої дружини.

Круль Г.Я. Основи готельної справи

Найдовший басейн розташований у готелі „Хайат-Ридженсі Керо-мар” в Пуерто-Рико. Довжина його 541 метр. Загальна площа 1,8 га. Басейн складається із 5-ти з'єднаних водяними гірками секцій і оточений тропічним ландшафтом з 14-ма водоспадами.

Найбільша кількість фонтанів прикрашає територію готелю „Беладжио” в Лас-Вегасі (Невада, США). Гарне штучне озеро оточене тисячею фонтанів, що викидають свої струмені на 74 метри вгору. Роботу фонтанів регулює комп'ютер. У вечірні та нічні години включають підсвітлення, що складається з 4-х тисяч різнокольорових лампочок у супроводі стерео- та кольоромузики.

Найбільший автопарк „Ролс-Ройсів” має „Пенінсуло Груп”, що володіє розгалуженою мережею готелів в усьому світі. Перші 7 „Ролс-Ройсів” моделі „Срібна тінь” були придбані ще в 1970 р. Відтоді компанія закупила 50 автомобілів цієї фірми. Останнє придбання – 9 автомашин моделі „Срібна шпора”. Гонконзька філія компанії має автопарк із 14-ти „Ролс-Ройсів” (13 – „Срібна шпора” і один „Фантом-2” 1934 року випуску).

Перший у світі **музичний готель** відкрився на узбережжі Кута, на півдні острова Балік. Назва цього готелю „Hard Rock Beach Club” („Храм рок-музики”) – свідчить сама за себе: готель орієнтується на сучасну музику і швидко став популярним, особливо серед молоді.

417 номерів розташовані в декількох корпусах, кожний із яких оформлений в особливому музичному стилі: рок-н-рол, блюз, реггі та альтернатива. У кожному номері до послуг клієнтів аудіоавтомати. Оригінально оформлений відкритий зал перед стійкою портьє. Стіни прикрашені речами рок-зірок, а в центрі встановлений екран, на якому практично цілодобово демонструються музичні відеокліпи. На сцені організуються концерти живої музики. В готелі цілодобово працює радіостанція, яка постійно повідомляє різноманітну інформацію. Відвідувачі готелю можуть записати власний музичний альбом у професійній студії. В центрі величезного басейну, розташованого на пляжі, є піщаний острів з естрадою.

Проживання в цьому готелі не з дешевих – від \$150 на добу за номер. Але вільних місць практично не буває.

Найоригінальніший готель Тунісу знаходиться на межі з пустелею Сахарою. Будівлі належать якомусь місцевому племені і дуже схожі на гігантські бочки. Є „бочки” діаметром 2-3 метри і довжиною 3-4 метри. Зроблені вони з каменю, обмащені глиною. Двері-дірки діаметром 50 см. Обслуговують гостей жителі пустелі – бедуїни.

У **Лас-Вегасі** (Невада, США), як ніде, зосереджено 16 „тематичних” готелів, чий зовнішній вигляд та інтер'єр відтворює різні місця та епохи від „Острова скарбів” до „середньовічної Венеції”.

Саме завдяки рекламі туристи знають, що *найнезвичайнішим готелем* світу є „*Treetops Hotel*” („Готель на верхівках дерев”) в одному із природних парків Кенії. Унікальність готелю в тому, що він буквально стоїть на верхівках дерев і з його вікон можна спостерігати, як дикі тварини збираються до водопою.

У Німеччині збудували перший у світі „*висячий*” готель. Готель підвісили в повітрі на високій міцній опорі, а знизу до нього причепили декілька гілок, так, що зсередини здається, ніби будинок стоїть на дереві. Будівля має п’ять невеличких кімнаток, які з’єднані між собою проходами. У них, звичайно, не побігаєш, але спокійно пообідати і відпочити можна. Щоб тарілки та інші предмети не падали під час трапези на підлогу (будівлю постійно хитає в різні боки, як справжнє гніздо), їх прикрують до столу, а стільчики і столи прибиті до підлоги. Однак для того, щоб потрапити всередину, потрібно бути справжнім акробатом, адже лізуть в готель по підвісній драбині. Приміщення розраховане на чотирьох осіб, які, за бажанням, можуть залишитися переночувати в готелі, щоб відчуті справжню „пташину” романтику. Коштує таке „задоволення” від 190 доларів за одну особу. Охочих відвідати „готель-гніздо” хоч відбавляй.

П’ятизірковий готель *Ariau Amazon Tower Lodge* споруджений *на гілках* амазонських джунглів неподалік від міста Манаус. До своїх номерів-шпаківень туристи добираються навісними містками і сходами. Готель складається із башт, найвищою серед яких є «башта Тарзана», що користується шаленим попитом серед зірок політики, шоу-бізнесу та ін. Інтер’єри виконані в бразильському стилі. Номер для молодят найреспектабельніший: він розташований на висоті 60 метрів над річкою, в якій кишать крокодили, піранї та анакони. Під час сезону дощів рівень води піднімається на 20-25 метрів.

Перший у світі *підводний готель* „*Jules Undersea Lodge*” («Підводне житло Жуля») розміщений на глибині 6,5 м біля берега Флориди. Він переобладнаний із застарілої наукової лабораторії з океанологічних досліджень. Загальна житлова площа – 90 квадратних метрів. І тільки два номери, куди 30-метровим шлангом подається повітря. Дістатися до готелю можна тільки з допомогою акваланга, який знімають у передпокої. Тут є душ, мікрохвильова піч, холодильник, відеоманітофон, телефон, 107-сантиметровий ілюмінатор навпроти ліжка. Вийти з готелю можна й без акваланга. Мінімальний термін перебування – 3 години. Вартість за добу становить 395 доларів. Деякі клієнти тут навіть влаштовували весілля, де їх очікували шампанське, солодощі і квіти.

Аналогічний підводний готель існує на дні Перської затоки в державі Бахрейн. Він налічує шість корпусів, сполучених між собою оригінальними переходами. Всередину готелю можна потрапити лише у спеціальних прозорих ліфтах, які опускають любителів екзотики в море.

Не позбавлений *оригінальності* й готель у місті Тромсі в Норвегії. Біля під'їзду зустрічає швейцар у національному лапландському костюмі: синя шапка, на ній великий, немов м'яч, помпон. Тут же, також у національному одязі, жінка-лапландка. І хоча одяг швейцарів розрахований на іноземних туристів (у місті одягаються сучасно), все ж це вже створює відповідний настрій. У готелі є одне невеличке нововведення: номери не мають... номерів. На дверях (щоб не плутали клієнти) вказані назви різних норвезьких островів – Квальо, Ян-Майнен, Вествогей та ін.

Особливий інтерес мають *японські готелі рьокани*. Це, якщо можна так висловитися, своєрідні „антиготелі”. Тут все навпаки. Наприклад, якщо у звичайному готелі, збираючись на вечерю, ви одягаєте костюм і виходите в ресторан. Парфуми, ванна, гоління – все це ви робите у себе в номері. А в рьокані гості миються разом, а вечеряють кожний у своєму номері. На вечерю (чи обід) не одягаються, а роздягаються. Точніше, переодягаються в кімоно, в ньому легше та вільніше, ніж у костюмі. Входи у звичні готелі яскраво освітлені, прикрашені різноманітними рекламами, а в рьокані темна загорожа (переважно, садова), до парадного входу веде слабо освітлена стежина. Біля входу на підлозі – м'які туфлі. Жодних ключів вам не дадуть – кімнати не зачиняються. Кожний номер має персональну назву: „Гора”, „Дерево”, „Озеро” тощо. Гість готелю не обирає, куди йому поселитися, за нього це вирішує господар. Вважається, що власник рьокану приймає Вас у себе вдома, бо ви не клієнт, а гість. Немає також і меню. Гостей навіть годують за вказівкою господаря. І про ціну страв ви дізнаєтесь тільки тоді, коли настане момент підбивати підсумки за весь час перебування. Несподіванки продовжуються, коли ви заходите до свого номеру: кімната порожня, в ній нічого немає. І постіль, і їжу вам принесуть щоразу нову й іншу.

Неодмінною і дуже важливою частиною рьокану є *фуро* – національна японська лазня. Фуро працює, як правило, на гарячому мінеральному джерелі. У деяких купальнях через спеціальні канали можна випливати в сад, на особливі тераси та ін. Старих дерев'яних, схожих на великі бочки фуро зараз залишилося дуже мало. В багатьох таких купальнях можна прийняти ароматичні ванни – з гвоздики, жасмину тощо.

У Нідерландах знаходиться *найвищий* у світі *плаваючий готель*. Цей комфортабельний п'ятиповерховий „корабель” курсує між причалами Амстердама і створює повну ілюзію морської подорожі.

У Сингапурі знаходиться **найвищий** готель світу «Уестін Стамфорд», збудований у 1980-86 роках. Його висота становить 226, 13 м, а налічує він 73 поверхи. На 69-71 поверхах розташовані ресторан і бар – найвище розміщені у світі.

Першим готелем, який надавав **послуги** розміщення **тільки жінкам**, став готель „Артемізія” в Берліні. Пізніше до такого обслуговування долучився і гамбурзький готель „Хансетин”. Обслуговуючий персонал цих готелів складається виключно з жінок. В інтер’єрі, дизайні використані кращі досягнення відомих художників-декораторів – жінок. Такі запити на готельні послуги слабкою статтю мотивовані сексуальними домаганнями з боку чоловіків, шумом, п’яними оргіями та іншими незручностями, що заважають відпочинку.

Один із токійських готелів, місткістю 1300 номерів, пропонує **найшвидший сервіс** у світі. Максимальний час, який затрачає гість на оформлення, оплату номера, отримання ключів та ін. – 45 секунд. Усе здійснюється автоматично, з допомогою спеціальних відеоконтрольних приладів.

Готелем третього тисячоліття став готельний комплекс “*Chicago Beach Resort*”, розташований на узбережжі Перської затоки на площі близько 30 км² (75 акрів). Основним компонентом комплексу є п’ятизірковий “*Resort Hotel*” із чудовим номерним фондом, місцями відпочинку, центрами для проведення банкетів і конференцій, віддаленим від основної будівлі аквапарком, 21 віллою (*luxury*) і „Баштою-Готелем” (“*Tower Hotel*”), що ззовні нагадує гігантське вітрило. Весь цей комплекс розташований на штучному острові. В будівлі висотою близько 321 м міститься 200 надрозкішних (*superluxury*) номерів. Отже, “*Tower Hotel*” не тільки перший готель, спрямований у третє тисячоліття, але й **найвища готельна будівля**.

Клієнти, що зупиняються в готелі, добираються до острова трьома шляхами: скориставшись 280-метровим „горбатим мостом”, що розкинувся між берегом і готелем; з допомогою яхти чи вертольота, які курсують постійно, а для приземлення останнього навіть пристосований спеціальний майданчик на висоті 212 м над рівнем моря. Готельний атриум, що пронизує „*Tower*” наскрізь по вертикалі, також найвищий у світі. З ресторанів і барів, розташованих безпосередньо біля вершини будівлі, клієнти можуть оглядати не тільки Перську затоку, але й еміратські держави аж до Оману. Вікна номерного фонду виходять на затоку, а всі номери декоровані і прикрашені коштовними антикварними скульптурами, картинами та видатними творами сучасних художників.

Великим попитом у туристів користуються **крижані готелі**, які щороку будуються зі снігу і льоду в північних країнах нашої планети (Канаді, Фінляндії, Швеції, Норвегії) та у високогірних районах Чилі, Авст-

рії, Румунії та ін.

До послуг клієнтів крижаного готелю у *Квебеку* (Канада) 32 кімнати, дві виставкові зали крижаних скульптур, два бари. Є кінотеатр і маленька церква, де вінчаються романтики. На спорудження цієї краси використовують понад 12 тонн снігу і 400 тонн льоду. Температура в кімнатах сягає -5°C . Ліжка, як і всі меблі, зроблені з льоду. Зверху – дерев'яний настил, матрац і ведмежі шкіри. Спати пропонують у спальному мішку. Ніч у такому готелі коштує до 300 дол. США. Навіть чарки у барах готелю виготовлені з льоду. Найбільшим попитом користується горілка та коктейлі з неї. Готель функціонує до початку квітня, а з першим весняним промінням починає танути. Усіх гостей запрошують наступного року знову завітати у новий готель, оскільки пізньої осені будівництво готелю починається з нуля.

На *австрійському* гірськолижному курорті Кітцбюель створене селище *Alpeniglu Village*, в якому на висоті 1600 м над рівнем моря збудовані іглу-вітальні, крижана церква, ресторан з льоду та іглу-готель на 24 місця. Селище прикрашають численні крижані скульптури. Вартість ночівлі – 90 євро з особи.

Клієнтам готелю *Propeller Island City Lodge* («Міський будиночок із пропелером») у Берліні пропонують на вибір **30 оригінальних кімнат**, жодна з яких **не повторюється**. Цей готель – витвір фантазії німецького художника і музиканта Ларса Строщена та його однодумців. Усі кімнати виконані вручну. Кожна кімната має свою назву: наприклад, в кімнаті «Догори ногами» всі меблі прикріплені до стелі. Ліжко, звичайно, є, але воно замасковане під підлогою. В одній із кімнат ліжка виконані у формі трун, в іншій – клієнт відчує себе мешканцем лісу, в третій – стане причетним до епохи Леонардо да Вінчі з її дивними машинами та механізмами, в четвертій – доторкнеться до пристроїв середньовічних катуваль, в п'ятій – його заспокоять хмари і м'яке світло, в шостій – готуватиметься до втечі з тюремної камери тощо. На оформлення цих неповторних 30 номерів власник витратив п'ять років. Окрім кімнат, у цьому дивному готелі є галерея, заповнена творами самого Ларса Строщена.

В Австралії можна оселитися в єдиному в світі **підземному готелі** *Desert Cave Hotel*, розташованому в пустелі Кубер Педі в районі опалових родовищ. Для місцевих мешканців підземні житла – єдиний порятунок від гарячого і дуже сухого повітря пустелі, де практично не буває опадів, а температура влітку може сягати $+47^{\circ}\text{C}$. Під землею вона значно нижча – $22-26^{\circ}\text{C}$. До послуг туристів 19 номерів, де можна відпочити, почитати, поїсти, скористатися послугами Інтернету.

В Австрії відкрився готель, зроблений із *каналізаційних труб*. *Das-parkhotel* розташований в парку на березі Дунаю (поблизу Лінца). Труба має діаметр 2 метри, важить 9 тонн і має невеликі віконця у стелі для циркуляції повітря, а також ліжко та електричну розетку. Стіна декорована яскраво і сучасно. Виписуючись з готелю, клієнт сплачує стільки, скільки вважає за необхідне. В «каналізаційному» готелі немає ванних кімнат. Перші такі три номери розташовані неподалік від громадських душових, барів і кафе. Такі міні-готелі легко можна розташовувати на територіях міських парків чи в місцях проведення рок-фестивалів під відкритим небом.

На Алясці є справжній *готель на колесах* «*Аврора-Експрес*». Всі номери виконані у стилі минулого століття. Та й вагони, хоча чудово відреставровані, намотали не одну тисячу миль дорогами США. Кожний номер – витвір дизайнерського мистецтва. Наприклад, номер-купе National Domain оформлений у релігійно-церковному стилі. Родзинкою номера є скляний дах, через який можна і вдень, і вночі дивитись на небо, думаючи про високе.

Готелі-капсули вже понад 15 років користуються попитом серед малабезпечених туристів у Японії. Розміри готельного номера 1,2 м за ширишки і 2,2 м – у довжину. Готель має вигляд довгого коридору, по обидва боки якого – двері у крихітні номери, оснащені телевізором, будильником і кондиціонером. Зареєстрований гість здає свій одяг на зберігання, одержуючи натомість піжаму. В найдорожчому готелі цього класу, розташованому в Токіо (Японія), вартість проживання становить 40 дол. США, що нижче від вартості пересічної поїздки містом на таксі. Основними клієнтами «капсульних» готелів є чоловіки (жінок у такі готелі не пускають), що спізнилися на останній автобус чи електричку.

Болівійський *White Beach Hotel* збудований із *кам'яної солі*. Неподалік у давні часи тут було соляне озеро, яке пізніше висохло. Сировини для будівництва єдиного у світі соляного готелю залишилося достатньо. Він розташований високо в Андах.

Показники діяльності підприємств готельного господарства
України за період 2000-2007 рр.

Таблиця 1

Кількість підприємств готельного господарства за типами,
їх одноразова та середня місткість у 2007 році

	Кількість одиниць		Розподіл підприємств за типами, %	Одноразова місткість підприємств, місць	Середня місткість підприємств	
	підприємств	у них номерів			номерів	місць
Усі типи підприємств	1420	62165	100,0	135199	44	95
Готель	812	41009	57,2	73792	51	91
Мотель	19	413	1,3	841	22	44
Готельно-офісний центр	6	134	0,4	172	22	29
Кемпінг	9	349	0,6	642	39	71
Молодіжна турбаза та гірський притулок	42	2027	3,0	5159	48	123
Гуртожиток для приїжджих	191	4256	13,5	11132	22	58
Інші місця для тимчасового проживання	341	13977	24,0	43461	41	127

Таблиця 2

Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання
за типами, одиниць

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Усього	1308	1218	1192	1232	1269	1420
<i>у тому числі:</i>						
готелів	866	776	777	788	807	812
мотелів	19	23	15	17	15	19
готельно-офісних центрів	10	7	7	8	8	6
кемпінгів	10	9	7	6	4	9
молодіжних турбаз та гірських притулків	20	26	26	35	35	42
інших	383	377	360	378	400	532

**Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання
за регіонами, одиниць**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007	Кіль- кість міст
Україна	1308	1218	1192	1232	1269	1420	459
АР Крим	89	77	74	78	82	83	16
<i>області</i>							
Вінницька	32	25	25	25	24	23	18
Волинська	32	28	25	26	27	28	11
Дніпропетров- ська	84	106	107	106	106	107	20
Донецька	73	71	73	69	70	70	52
Житомирська	37	36	36	31	34	42	11
Закарпатська	39	38	42	38	39	45	11
Запорізька	59	45	41	40	35	32	14
Івано- Франківська	34	35	28	33	37	34	15
Київська	46	38	39	39	38	35	26
Кіровоградська	21	18	20	17	18	16	12
Луганська	43	39	38	56	79	83	37
Львівська	55	85	82	100	110	128	44
Миколаївська	44	37	31	30	27	84	9
Одеська	96	73	74	79	76	80	19
Полтавська	65	48	49	45	45	43	15
Рівненська	23	21	22	22	22	23	11
Сумська	46	41	41	44	42	39	15
Тернопільська	27	34	33	29	29	37	18
Харківська	76	52	48	51	48	48	17
Херсонська	47	38	37	34	32	38	9
Хмельницька	30	27	25	22	22	27	13
Черкаська	36	34	31	36	33	53	16
Чернівецька	18	17	15	12	17	27	11
Чернігівська	52	52	51	51	50	62	16
<i>міста</i>							
Київ	95	93	96	109	117	123	1
Севастополь ¹	9	10	9	10	10	10	2

¹Включаючи м. Інкерман, смт Кача і сільські ради, підпорядковані міській раді.

Розподіл номерів у готелях та інших місцях для тимчасового проживання за регіонами, одиниць

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Україна	51012	50412	50414	51686	53645	62165
АР Крим	5583	6410	5724	5982	6474	6787
<i>області</i>						
Вінницька	1166	866	804	784	809	780
Волинська	1137	1102	1011	996	1010	1122
Дніпропетровська	2941	3785	4070	4323	4189	4209
Донецька	3240	3058	3209	3154	3289	3350
Житомирська	1155	1053	1095	950	983	1290
Закарпатська	1395	1436	1499	1462	1651	1821
Запорізька	1823	1597	1557	1520	1461	1455
Івано-Франківська	1188	1300	1180	1142	1290	1496
Київська	1369	1291	1334	1331	1311	1186
Кіровоградська	520	620	626	578	645	631
Луганська	1851	1480	1414	1866	2012	2134
Львівська	2526	3094	3034	3927	4306	4463
Миколаївська	1143	789	673	702	669	4303
Одеська	3674	3237	3195	3262	3273	3701
Полтавська	1647	1209	1243	1234	1270	1262
Рівненська	1018	1286	1221	1200	1196	1241
Сумська	898	797	827	842	824	1060
Тернопільська	1187	1268	1200	1094	1123	1283
Харківська	2328	1956	1929	1905	1895	1856
Херсонська	1247	1011	1093	995	989	1686
Хмельницька	763	806	819	728	726	972
Черкаська	1215	1076	1049	1092	1002	1589
Чернівецька	943	904	825	785	1041	1370
Чернігівська	822	829	947	927	946	1287
<i>міста</i>						
Київ	7637	7529	8229	8246	8627	9186
Севастополь	596	623	607	659	634	645

Додатки

Таблиця 5

Житлова площа готелів та інших місць для тимчасового проживання за регіонами

	2000		2003		2004	
	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²
Україна	949	18,6	998	19,8	1012	20,1
АР Крим	99	17,8	120	18,8	101	17,7
<i>області</i>						
Вінницька	22	19,1	21	23,9	19	23,9
Волинська	21	18,4	20	17,9	18	18,1
Дніпропетровська	58	19,7	84	22,0	90	22,1
Донецька	57	17,6	59	19,2	65	20,4
Житомирська	23	20,2	22	21,1	23	21,0
Закарпатська	24	16,8	27	19,4	29	19,7
Запорізька	29	15,9	28	17,3	27	17,6
Івано-Франківська	20	16,8	22	16,8	20	16,7
Київська	22	16,2	20	15,8	21	15,9
Кіровоградська	10	19,4	8	13,4	9	14,3
Луганська	30	16,4	29	19,9	30	21,2
Львівська	41	16,2	55	17,7	56	18,4
Миколаївська	21	18,1	15	19,6	14	21,2
Одеська	76	20,6	68	20,9	73	22,8
Полтавська	27	16,6	22	18,4	24	19,1
Рівненська	16	15,6	22	17,1	23	18,5
Сумська	19	20,5	16	20,7	18	21,4
Тернопільська	27	23,0	38	29,6	38	31,6
Харківська	49	21,1	44	22,5	44	23,0
Херсонська	25	19,9	22	21,7	23	21,3
Хмельницька	15	19,6	14	16,9	15	17,7
Черкаська	21	17,4	21	19,2	20	19,1
Чернівецька	14	14,6	13	14,6	12	14,7
Чернігівська	13	16,3	14	16,4	15	15,8
<i>міста</i>						
Київ	157	20,6	160	21,3	172	20,9
Севастополь	13	22,0	14	21,9	13	21,3

	2005		2006		2007	
	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²	Житлова площа номерів, тис. м ²	Середня площа одного номера, м ²
Україна	1072	20,7	1120	20,9	1314	21,1
АР Крим	116	19,3	130	20,1	134	19,7
<i>області</i>						
Вінницька	16	20,3	16	20,0	16	20,1
Волинська	18	18,2	19	18,6	20	17,4
Дніпропетровська	99	22,8	100	23,8	97	23,1
Донецька	67	21,4	69	21,0	70	21,0
Житомирська	22	23,6	24	24,9	33	25,5
Закарпатська	28	19,0	32	19,2	38	21,0
Запорізька	24	16,0	24	16,2	27	18,4
Івано-Франківська	21	18,2	26	20,1	27	18,1
Київська	21	15,8	19	14,5	19	15,6
Кіровоградська	8	14,1	9	14,0	9	14,2
Луганська	38	20,4	42	20,8	44	20,4
Львівська	77	19,6	84	19,6	91	20,4
Миколаївська	15	21,1	14	20,4	78	18,1
Одеська	75	23,1	76	23,2	85	22,8
Полтавська	23	19,0	24	19,2	25	19,9
Рівненська	22	18,7	22	18,6	24	19,2
Сумська	18	21,2	17	20,8	21	19,9
Тернопільська	28	25,6	27	24,3	31	24,4
Харківська	44	23,1	45	23,5	47	25,2
Херсонська	22	22,0	20	20,6	33	19,4
Хмельницька	13	17,4	14	19,6	19	19,5
Черкаська	21	19,2	19	19,4	31	19,8
Чернівецька	12	14,8	22	20,8	33	24,1
Чернігівська	16	17,3	17	17,5	33	25,5
<i>міста</i>						
Київ	192	23,4	197	22,8	218	23,7
Севастополь	16	23,7	12	19,4	13	19,8

**Місткість готелів та інших місць для тимчасового проживання
за регіонами**

	<i>Місткість готелів, місць</i>					<i>Кількість насе- лення, тис. осіб</i>	
	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2007</i>	<i>2000</i>	<i>2007</i>
Україна	102906	104563	103953	106040	135199	37541,7	46192,3
АР Крим	11357	13607	12289	12710	14012	2024,1	1962,3
<i>області</i>							
Вінницька	2464	1764	1469	1519	1553	1763,9	1665,1
Волинська	2378	2108	1948	1961	2075	1057,2	1033,7
Дніпропетровська	6025	10629	11534	11658	10924	3561,2	3395,1
Донецька	5910	5424	5628	5457	5805	4825,6	4526,0
Житомирська	2312	2041	2112	1 752	3627	1389,3	1306,2
Закарпатська	2839	3007	3147	3 152	3801	1254,6	1239,8
Запорізька	3554	3310	2813	2696	2427	1926,8	1832,1
Івано- Франківська	2305	2315	2075	2092	2899	1406,1	1379,9
Київська	2693	2398	2454	2447	2233	1821,1	1731,5
Кіровоградська	970	1147	1130	1066	1134	1125,7	1033,3
Луганська	3297	2654	2596	3807	4722	2540,2	2350,7
Львівська	4893	6685	6751	8701	9780	2605,9	2541,4
Миколаївська	2490	1731	1471	1486	11235	1262,9	1202,8
Одеська	8161	7019	6565	6619	7425	2455,7	2383,7
Полтавська	3421	2402	2603	2571	2632	1621,2	1517,1
Рівненська	1833	2590	2541	2519	2675	1171,4	1150,9
Сумська	2372	2122	2120	2054	2446	1296,8	1194,6
Тернопільська	2478	3352	3251	3082	4298	1138,5	1095,4
Харківська	4859	3721	3620	3467	3360	2895,8	2780,3
Херсонська	2817	2273	2475	2186	4590	1172,7	1106,1
Хмельницька	1578	1679	1636	1352	1750	1426,6	1347,1
Черкаська	2491	2132	2018	2139	3960	1398,3	1311,8
Чернівецька	1793	1718	1457	1398	4678	919,1	901,5
Чернігівська	1887	1897	2156	2095	3486	1236,1	1127,4
<i>міста</i>							
Київ	14478	13519	14801	14757	16377	2566,9	2698,9
Севастополь	1251	1319	1293	1305	1295	377,2	377,5

Середня місткість одного підприємства за регіонами, місьць

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Україна	79	86	87	86	87	98
АР Крим	127	177	166	163	166	169
<i>області</i>						
Вінницька	77	71	59	61	67	68
Волинська	74	75	78	75	72	74
Дніпропетровська	72	100	108	110	106	102
Донецька	81	76	77	79	82	83
Житомирська	62	57	59	57	55	86
Закарпатська	73	79	75	83	90	84
Запорізька	60	74	69	67	72	76
Івано-Франківська	68	66	74	63	66	85
Київська	59	63	63	63	63	64
Кіровоградська	46	64	57	63	64	71
Луганська	77	68	68	68	58	57
Львівська	89	79	82	87	86	76
Миколаївська	57	47	47	50	52	134
Одеська	85	96	89	84	87	93
Полтавська	53	50	53	57	60	61
Рівненська	80	123	116	115	114	116
Сумська	52	52	52	47	47	63
Тернопільська	92	99	99	106	106	116
Харківська	64	72	75	68	72	70
Херсонська	60	60	67	64	66	121
Хмельницька	53	62	65	61	63	65
Черкаська	69	63	65	59	58	75
Чернівецька	100	101	97	117	157	173
Чернігівська	36	36	42	41	43	56
<i>міста</i>						
Київ	152	145	154	135	133	133
Севастополь	142	132	144	131	129	130

**Коефіцієнт використання місткості готелів та інших місць для
тимчасового проживання за регіонами**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Україна	0,24	0,30	0,31	0,33	0,31	0,29
Автономна						
Республіка Крим	0,28	0,28	0,38	0,35	0,30	0,26
<i>області</i>						
Вінницька	0,17	0,71	0,34	0,36	0,37	0,37
Волинська	0,21	0,24	0,27	0,27	0,28	0,57
Дніпропетровська	0,21	0,26	0,20	0,24	0,20	0,27
Донецька	0,22	0,24	0,20	0,22	0,24	0,23
Житомирська	0,11	0,20	0,19	0,23	0,26	0,20
Закарпатська	0,19	0,23	0,35	0,34	0,29	0,28
Запорізька	0,32	0,23	0,28	0,30	0,33	0,36
Івано-Франківська	0,17	0,18	0,20	0,23	0,19	0,18
Київська	0,20	0,27	0,27	0,23	0,25	0,38
Кіровоградська	0,18	0,32	0,35	0,36	0,23	0,23
Луганська	0,09	0,28	0,17	0,20	0,19	0,20
Львівська	0,19	0,21	0,21	0,18	0,18	0,21
Миколаївська	0,09	0,23	0,27	0,29	0,35	0,17
Одеська	0,20	0,26	0,28	0,28	0,29	0,27
Полтавська	0,24	0,29	0,26	0,31	0,25	0,28
Рівненська	0,19	0,29	0,32	0,35	0,32	0,21
Сумська	0,16	0,23	0,21	0,25	0,31	0,21
Тернопільська	0,13	0,26	0,30	0,31	0,29	0,23
Харківська	0,18	0,22	0,26	0,24	0,29	0,32
Херсонська	0,18	0,16	0,17	0,13	0,13	0,20
Хмельницька	0,18	0,19	0,26	0,28	0,25	0,37
Черкаська	0,20	0,36	0,26	0,25	0,32	0,17
Чернівецька	0,21	0,20	0,21	0,20	0,20	0,17
Чернігівська	0,18	0,31	0,36	0,35	0,38	0,30
<i>міста</i>						
Київ	0,40	0,50	0,56	0,68	0,63	0,64
Севастополь	0,78	0,27	0,26	0,22	0,38	0,40

Обслуговано приїжджих у готелях та інших місцях для тимчасового проживання за регіонами, осіб

	2000		2003		2004	
	Усього	у т.ч. іноземці	Усього	у т.ч. іноземці	Усього	у т.ч. іноземці
Україна	3287396	358446	3738654	549064	3907703	713034
АР Крим	204511	37442	272665	66910	302056	92078
<i>області</i>						
Вінницька	67517	4216	81315	2383	70831	3486
Волинська	92584	4002	91244	6853	95746	9966
Дніпропетровська	194927	19118	258003	17472	292362	21840
Донецька	154935	14258	209817	14857	171473	26017
Житомирська	59761	2763	53628	2596	54529	4287
Закарпатська	84248	9222	87131	16656	95853	25007
Запорізька	148854	9958	111010	9417	110521	11744
Івано-Франківська	58182	4624	65827	7122	59136	7247
Київська	97507	15053	116369	18913	109559	21287
Кіровоградська	31566	1809	38005	2033	47536	2810
Луганська	47652	1818	76248	2725	76708	4998
Львівська	164286	32628	206151	49617	219527	46989
Миколаївська	40135	2439	56464	4261	61423	4425
Одеська	243127	19022	255780	39255	267726	62660
Полтавська	125303	5057	101523	4405	87021	3849
Рівненська	66401	4168	88538	4983	87785	5250
Сумська	59539	3424	67876	3299	69799	4129
Тернопільська	51628	3682	60230	4686	64439	6186
Харківська	143236	10672	152562	13168	171787	15295
Херсонська	63975	1642	60005	4592	57224	5209
Хмельницька	46818	3469	68340	3042	91353	3072
Черкаська	73738	3657	122118	4876	105982	5989
Чернівецька	52938	5783	56762	4590	46064	4861
Чернігівська	56217	6763	78741	14699	90351	18400
<i>міста</i>						
Київ	810232	129302	863448	217623	961418	282862
Севастополь	47579	2455	38854	8031	39494	13091

Додатки

Продовження таблиці 9

	2005		2006		2007	
	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. інозем- ців
Україна	3938188	113111	4196234	874628	4560164	953572
АР Крим	256606	81968	282543	76568	340753	88555
<i>області</i>						
Вінницька	56947	3710	69710	3737	76399	4091
Волинська	89618	10963	90315	12413	122189	23871
Дніпропетровська	270253	23873	231121	21909	242085	25922
Донецька	180504	31789	211857	48634	207056	59493
Житомирська	74981	8991	89954	4828	92215	4664
Закарпатська	99156	34514	121016	33793	127013	29207
Запорізька	122249	11440	108030	12520	105961	13485
Івано-Франківська	72657	7786	68380	6292	68537	6645
Київська	121728	23086	121505	21183	141364	21703
Кіровоградська	42337	2460	36280	2202	37940	1922
Луганська	75378	4693	93328	4219	86140	4982
Львівська	237293	57475	278167	57934	303188	65757
Миколаївська	74709	4842	65151	4351	117452	12267
Одеська	289770	51606	295468	60639	298504	63965
Полтавська	83736	4786	87843	4455	90587	5058
Рівненська	90701	5974	95955	5334	89880	3787
Сумська	67083	4854	70189	4900	66122	3947
Тернопільська	72637	7337	67675	7272	71321	6811
Харківська	160174	15085	168748	17416	191731	27234
Херсонська	48248	4701	44383	5801	57328	4737
Хмельницька	80946	4731	80828	2698	104503	4279
Черкаська	119913	7708	110741	8579	105672	5924
Чернівецька	50920	6740	60123	8267	64438	8090
Чернігівська	91446	17535	96485	15825	111736	15438
<i>міста</i>						
Київ	974131	325837	1112379	413837	1195811	427536
Севастополь	34067	9293	38060	9022	44039	14202

Розподіл іноземців у готелях та інших місцях для тимчасового проживання за країнами світу, з яких вони прибули до України, осіб

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Усього за країнами світу	474278	549064	713034	773777	874628	953572
з них :						
Австрія	7425	7703	9558	12446	17463	17848
Азербайджан	2090	6362	6229	4591	4682	5578
Бельгія	2945	3364	4561	5288	7245	7203
Білорусь	17274	18558	23233	26689	31042	41074
Болгарія	3082	4887	4878	6240	6260	6990
Британська територія в Індійському океані	543	316	469	1754	6682	6477
Греція	2969	3224	5056	5282	7408	7934
Грузія	3392	5511	7567	7286	8525	9170
Данія	2142	2492	3587	5038	6225	7834
Естонія	1748	2035	2714	3599	4586	5690
Ізраїль	12625	11849	13291	13179	14199	12469
Іспанія	3452	3993	5589	6727	8721	815
Італія	12387	15501	20711	23856	31467	32602
Казахстан	2789	2935	4149	4310	5137	7204
Канада	5873	5413	9809	8805	12150	11996
Китай	7687	5428	6133	6082	8637	8296
Латвія	3455	3738	4714	5929	7841	8225
Литва	3104	3964	5096	7290	8831	9682
Молдова	12083	21275	29670	19939	17867	23751
Нідерланди	6263	6395	9066	11397	13425	14609
Німеччина	34089	40499	56682	61987	79324	81715
Норвегія	1636	1828	2121	5450	4545	4854
Польща	48772	54044	54307	61780	62647	69364
Російська Федерація	138233	164028	217604	220236	224956	257467
Румунія	4107	5399	6666	4262	5157	6029
Словаччина	3171	5300	5213	6424	7165	7773
Великобританія	13110	13223	19778	21209	27141	28225
Сполучені Штати Америки	37125	40911	48522	56314	66806	64312
Туреччина	11064	13637	23260	26866	30066	31895

Додатки

Продовження таблиці 10

1	2	3	4	5	6	7
Угорщина	5126	6275	7938	13469	11931	10250
Фінляндія	2579	2016	3453	4054	5086	5669
Франція	9565	12249	17188	19491	28224	27760
Чеська Республіка	5078	5524	6897	11102	11467	13460
Швейцарія	3743	4055	5662	8177	10853	9544
Швеція	3990	4355	5215	8154	10030	10586
Японія	4064	4026	6585	6926	7424	7041
<i>Інші країни світу</i>	35498	36752	49863	52149	53413	64881

**Загальний час перебування приїжджих у готелях та інших місцях
для тимчасового проживання за регіонами, людино-днів**

	2000		2003		2004	
	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. інозем- ців
Україна	8933848	947550	11160099	1621224	11598016	2001420
АР Крим	1164478	191720	1411414	425093	1687285	551209
<i>області</i>						
Вінницька	153849	8331	458126	8199	184451	6579
Волинська	184279	7697	182191	11527	194057	18020
Дніпропетровська	462642	39006	1003293	54201	834807	49250
Донецька	463898	39013	475586	45909	411106	61616
Житомирська	95397	4171	149702	6035	150080	9056
Закарпатська	195304	22990	256149	55403	402576	136670
Запорізька	416664	26175	279757	30647	284700	31135
Івано-Франківська	144578	12960	155074	14849	152962	18126
Київська	193764	27691	239853	35264	237754	38930
Кіровоградська	63215	3971	133838	5549	145543	8330
Луганська	105778	4552	273243	7225	156360	11458
Львівська	344240	66022	517649	95159	510687	86811
Миколаївська	81758	8522	145131	12656	146709	15967
Одеська	603923	55604	678474	77312	664588	113896
Полтавська	304516	11747	257532	10097	250852	10257
Рівненська	127835	6695	270905	10633	292927	13262
Сумська	135421	8737	179375	10328	165785	11303
Тернопільська	118974	5469	320931	11006	352944	12895
Харківська	320256	22850	293142	28457	345355	38229
Херсонська	200179	3771	135306	7319	153622	10265
Хмельницька	104648	6385	116117	7197	156010	6866
Черкаська	184806	10103	277213	14239	194885	13167
Чернівецька	134407	12692	124077	8837	113910	9432
Чернігівська	127301	13054	212832	20585	285526	23698
<i>міста</i>						
Київ	2136743	319631	2481171	569653	2998474	645238
Севастополь	364995	7991	132018	37845	124161	49755

Додатки

продовження таблиці 11

	2005		2006		2007	
	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. інозем- ців	Усього	у т.ч. іноземців
Україна	12622917	2345039	12536299	2436997	14544362	2641436
АР Крим	1630955	492362	1477565	429817	1312527	453939
<i>області</i>						
Вінницька	198548	7535	217306	7742	209196	10154
Волинська	191901	21593	201025	29186	429310	60978
Дніпропетровська	1038914	116673	835454	74553	1089532	63445
Донецька	444003	69806	495084	90660	485520	98187
Житомирська	146014	19542	176922	10836	261553	11206
Закарпатська	395910	101847	374159	65897	386788	54258
Запорізька	297307	29878	304894	42502	320651	40138
Івано- Франківська	174767	25710	168690	21978	189545	22752
Київська	203111	37421	222410	36480	311073	31824
Кіровоградська	139594	8381	98170	5382	93941	13108
Луганська	280348	9822	316871	7452	337619	10812
Львівська	584902	113043	624033	109288	762605	124553
Миколаївська	156099	14944	177534	10114	704537	61887
Одеська	683320	118382	700059	146612	739198	148640
Полтавська	287962	11882	245662	11562	273182	14235
Рівненська	322162	15547	293539	14995	208152	14404
Сумська	186600	13701	222447	14256	185387	10751
Тернопільська	352522	12377	324215	12633	356846	10809
Харківська	301917	42350	370758	62914	396254	78447
Херсонська	103862	7390	100186	11624	341520	22208
Хмельницька	138879	6889	125784	4667	236066	10768
Черкаська	198018	16809	222606	19639	250516	15209
Чернівецька	104180	13636	189700	14992	291900	13528
Чернігівська	290264	21266	295883	22372	381032	23939
<i>міста</i>						
Київ	3664700	945746	3578405	1120397	3803127	1186711
Севастополь	106158	50507	176938	38447	186785	34546

**Доходи від експлуатації готелів та інших місць для тимчасового
проживання**
у фактичних цінах; тис. грн.

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Україна	383918,6	668453,1	8748293	1136662,6	1478787,7	2073438,2
АР Крим	37241,6	74885,8	100732,4	125977,4	168638,1	229423,0
<i>області</i>						
Вінницька	3719,9	6313,8	7641,5	7564,7	9296,0	12937,7
Волинська	4520,4	8327,2	10044,4	12754,9	17585,7	21394,3
Дніпропетровська	18208,8	39743,2	54178,5	64733,65	84587,3	102506,0
Донецька	12900,0	29758,6	49081,0	67516,1	84024,6	102480,7
Житомирська	3982,9	2688,4	4417,1	5974,3	9104,0	15056,9
Закарпатська	4746,5	10105,6	14675,0	16587,4	22682,7	26935,3
Запорізька	8938,8	16570,9	19337,4	24342,7	25836,6	36967,1
Івано-Франківська	3563,4	8168,0	9905,4	13657,7	17239,3	23472,8
Київська	6111,5	14221,8	18395,6	23238,5	29003,2	36687,3
Кіровоградська	1826,1	3635,3	5279,1	5717,6	6582,3	8149,2
Луганська	2659,1	5186,3	6797,2	10619,0	13443,8	17806,6
Львівська	21151,9	38202,6	42890,3	62869,8	84419,2	143747,2
Миколаївська	4801,7	8458,1	9217,4	12163,9	10661,0	45162,0
Одеська	26777,8	48979,3	62778,3	76472,3	100640,2	132425,8
Полтавська	7291,7	10981,3	11922,4	14164,2	16712,7	20749,2
Рівненська	3286,7	8472,6	22365,2	18756,2	19072,1	17572,2
Сумська	2984,7	5044,0	5874,5	1068,5	8577,7	14657,1
Тернопільська	2257,4	7174,8	8059,3	8519,6	13021,8	14333,0
Харківська	11367,1	16996,2	24725,2	30566,8	43300,5	60344,3
Херсонська	3585,5	6147,5	8101,9	8092,2	7456,0	23712,1
Хмельницька	1530,1	4351,1	7657,2	7618,4	8243,8	15696,1
Черкаська	3409,5	6670,5	8553,1	11852,4	13372,5	16081,4
Чернівецька	3011,9	3603,0	5027,3	7007,5	12342,1	17127,6
Чернігівська	1957,3	4510,1	6096,4	7001,6	11651,7	15690,6
<i>міста</i>						
Київ	177807,8	270133,1	351678,9	472 935,0	626885,7	884085,9
Севастополь	4378,5	9124,0	10397,3	12890,3	15407,1	18242,5

Система уніфікації послуг гостинності
Класифікація типів розміщення

- DBL** – двомісний номер з одним великим двоспальним ліжком;
TWIN – двомісний номер з двома окремими ліжками;
SGL (SNGL) – одномісний номер;
EXB (extra bed) – додаткове ліжко;
Tripl – тримісний номер;
ch – маленька дитина від 2 до 6 років;
CH – велика дитина, як правило, до 12 років;
Sc – маленька дитина + 1 дорослий;
SC – велика дитина + 1 дорослий;
dc – маленька дитина + 2 дорослих;
DC – велика дитина + 2 дорослих;
DBL+2CHD(2-6) – 2 дорослих + 2 дітей від 2 до 6 років;
2ADL+2CHD(2-6)(6-12) – 2 дорослих + 2 дітей (одна дитина від 2 до 6 років, друга – від 6 до 12 років);
2ADL+2CHD(6-12) – 2 дорослих + 2 дітей віком від 6 до 12 років;
Inf (infant) – немовля від 0 до 2 років;
Qdpl – чотиримісний номер;
BO (bed only) – розміщення без харчування.

Класифікація харчування

- Ер** – без харчування;
ВВ – сніданок;
НВ – режим дворазового харчування. Зазвичай це сніданок і вечеря, але в деяких готелях може бути сніданок і обід. Напої за обідом чи вечерєю у вартість не входять;
НВ+ – поліпшений режим дворазового харчування в готелі. Зазвичай це сніданок і вечеря (шведський стіл), а також алкогольні і безалкогольні напої місцевого виробництва впродовж дня;
FB – режим триразового харчування в готелі (сніданок + обід + вечеря). Напої за обідом чи вечерєю у вартість не входять;
FB+ – це покращений режим триразового харчування (сніданок + обід + вечеря), а також напої (у деяких готелях пиво й вино) під час прийому їжі;
Mini all inclusive – повний пансіон з напоями місцевого виробництва тільки під час прийому їжі;
all inc – харчування впродовж дня, включаючи алкогольні напої місцевого виробництва в необмеженій кількості;

ultra all inc – режим харчування, що охоплює сніданок, пізній сніданок, обід, підвечірок і вечерю (шведський стіл). Широкий вибір солодошів, десертів, різноманітних закусок, а також напоїв місцевого та імпортного виробництва. Більшість готелів, що працюють за цією системою, пропонують гостям додаткове безкоштовне харчування в ресторанах із кухнею різних народів світу;

Elegance all inc
VIP all inc
Super all inc
Deluxe all inc
VC all inc
Superior all inc
Mega all inc
Superior all inc VIP service
Royal class all inc
Ultra deluxe all inc
Extended all inc
Excellent all inc
Max all inc
High class all inc
Imperial all inc

різновиди **ultra all inc**
з наданням додаткових послуг на розгляд адміністрації

Класифікація номерів

1 BDRM – апартаменти з 1 спальнею;

2 BDRM – апартаменти з 2 спальнями;

Apartment – тип номерів у готелях, наближений за плануванням до сучасних квартир: є місце для приготування їжі (вартість харчування зазвичай не включається у вартість номера); дво- і більше кімнатна квартира;

Balcony Room – номер з балкономом;

BG (bungalow) – бунгало, окремо збудоване приміщення, що використовується для розміщення туристів, як правило, в тропічних і південних країнах;

Cabana – приміщення на пляжі (або біля басейну), схоже на бунгало, розташоване окремо від основної будівлі; інколи обладнане як спальня;

De Luxe – номери підвищеної комфортності;

Duplex – дворівневий номер;

Executive floor – один або кілька поверхів у готелі з вищим рівнем обслуговування, а також із додатковим набором послуг;

Family Room – сімейний номер великої площі, часто двокімнатний;

Honeymoon Room – номер для молодят;

HV (Holiday Village) – готель, що складається з комплексу бунгало;

Додатки

- King-size Bed** – «королівське ліжко» шириною понад 180 см;
King Suite – королівський сьют;
MB (main building) – основний корпус;
New Building – новий корпус;
Sitting area – місце для відпочинку – частина номера, де зазвичай розташовані крісла, журнальний столик, іноді диван;
Standart – стандартна кімната;
Studio – однокімнатний номер, більший за розміром від стандартного, з невеликою перегородкою, або однокімнатна квартира з кухнею;
Suite – номер підвищеного комфорту – як правило, одна велика кімната, що має місце для відпочинку;
Suite Executive – як правило, сьют з двома спальними кімнатами;
Suite Junior – номер підвищеної комфортності; зазвичай одна велика спальня з відокремленим спальним місцем, що вдень перетворюється вітальню;
Suite Mini – номер вищої категорії (кращий за **Superior**);
Suite Senior – номер підвищеної комфортності. Як правило, спальня і вітальня;
Superior – кімната великого розміру – більша за стандартну;
Superior Chalet – шале підвищеної комфортності;
Superior/Main Building – кімната великого розміру у головному корпусі;
Connected Rooms – об'єднані номери, що мають окремий прохід між собою.

Класифікація видів із вікна

- Beach view** – вид на пляж;
City view – вид на місто;
Dune view – вид на дюни;
Garden view – вид на сад;
Land view – вид на околиці;
Mountain view – вид на гори;
Ocean view – вид на океан;
Pool view – вид на басейн;
River view – вид на річку;
Sea Side view (SSV) – боковий вид на море;
Sea view – вид на море;
Valley view – вид на долину;
Golf view – вид на затоку;
Jungle view – вид на джунглі;
ROH (run of the house) – розміщення в готелі без уточнення типу номера і виду з вікна.

Професійні обов'язки працівників готелів

Керуючий (директор, завідувач) готелем

Завдання та обов'язки. Здійснює керівництво виробничо-господарською діяльністю готелю згідно з чинним законодавством. Організовує роботу і взаємодію структурних підрозділів для приймання та обслуговування громадян, які прибули для тимчасового проживання у готелі. Контролює вчасність і правильність розрахунку з громадянами за проживання, послуги і бронювання номерів (місць) за цінами і тарифами, які встановлено у готелі.

Організовує і контролює вчасність і якість підготовки номерів (місць), прибирання адміністративних і підсобних приміщень, місць загального користування і прибудинкової території. Забезпечує технічне оснащення готелю, умеблювання, наявність інвентарю, матеріалів, форменого одягу для працівників згідно з класифікаційною категорією. Організовує систематичну перевірку наявності, справності обладнання усіх приміщень готелю, вживає заходів щодо усунення виявлених несправностей і некомплектності. Здійснює контроль за економним витрачанням матеріалів та енергетичних ресурсів. Організовує розроблення поточних та перспективних планів розвитку та вдосконалення матеріально-технічної бази готелю, контролює їх виконання.

Забезпечує рентабельну фінансово-господарську діяльність готелю, своєчасне подання у відповідні державні органи обліково-звітних документів та обов'язкові платежі і збори. Організовує оперативний контроль стану охорони праці та протипожежного захисту. Забезпечує підбір, розстановку та навчання кадрів, контролює виконання працівниками посадових зобов'язань.

Повинен знати: законодавчі та нормативні акти з питань надання готельних послуг, правила користування готелями та надання готельних послуг; форми документів суворої звітності та первинного обліку у готелях; технологію приймання, розміщення та обслуговування осіб, які проживають у готелі; кількість номерів і місць у готелі, ціни і тарифи за проживання, бронювання номерів (місць) і додаткові послуги за плату; основи економіки, трудового законодавства; правила і норми охорони праці, протипожежного захисту та виробничої санітарії.

Кваліфікаційні вимоги. Повна або базова вища освіта відповідного напрямку підготовки (магістр, спеціаліст або бакалавр). Післядипломна освіта у галузі управління. Стаж роботи в готельному господарстві за

професіями керівників нижчого рівня: для магістра або спеціаліста — не менше 2 років, для бакалавра — не менше 3 років.

Головний адміністратор (готелю)

Завдання та обов'язки. Здійснює керівництво діяльністю служби приймання та обслуговування громадян, що прибули до готелю для тимчасового проживання. Забезпечує правильне використання номерів і місць згідно з чинними нормативними документами. Періодично перевіряє правильність і своєчасність розрахунків з особами, що проживають у готелі, згідно з встановленими цінами і тарифами за проживання, бронювання номерів (місць) і додаткові платні послуги, не допускаючи заборгованості.

Організовує контроль за своєчасною та якісною підготовкою номерів і місць перед заселенням, якістю періодичного і комплексного прибирання номерів, місць загального користування, підсобних та адміністративних приміщень. Організовує облік осіб, що проживають у готелі, за встановленими формами документів первинного обліку. Щодня складає відомості про завантаженість готелю за поточну добу та наявність вільних місць. У разі поселення учасників масових заходів (з'їздів, конференцій, семінарів тощо) організовує роботу служби для оперативного оформлення документів, розміщення та обслуговування прибулих. Контролює надання особам, що проживають у готелі, встановлених безплатних і платних послуг, піклується про підвищення якості та культури обслуговування.

Вживає заходів щодо розв'язання конфліктних ситуацій між особами, які проживають у готелі, та персоналом готелю. Організовує складання актів на зіпсоване або знищене особами, що проживають у готелі, майно готелю для матеріального відшкодування винними збитків відповідно до чинного законодавства. Аналізує записи в книзі відгуків і пропозицій, вживає заходів самостійно або через адміністрацію готелю. Забезпечує додержання підлеглими працівниками правил внутрішнього трудового розпорядку і режиму роботи готелю, охорони праці, виробничої санітарії та протипожежного захисту.

Повинен знати: постанови, накази, розпорядження і нормативні документи щодо надання готельних послуг; технологію приймання, розміщення та обслуговування осіб, що проживають у готелі, кількість номерів і місць, види додаткових платних послуг та встановлені у готелі ціни і тарифи за проживання, бронювання номерів (місць) та платні послуги; основи економіки та трудового законодавства, правила охорони праці, виробничої санітарії та протипожежного захисту.

Кваліфікаційні вимоги. Повна, базова або неповна вища освіта відповідного напрямку підготовки (спеціаліст, бакалавр або молодший спе-

ціаліст). Післядипломна освіта в галузі управління. Стаж роботи за професією в готельному господарстві: для спеціаліста — не менше 2 років; для бакалавра або молодшого спеціаліста — не менше 3 років. Для готелів, які обслуговують іноземних громадян, — володіння однією з іноземних мов в обсязі спеціальних курсів.

Адміністратор готелю

Завдання та обов'язки. Надає за пред'явленням паспорта або іншого документа, що засвідчує особу, номери і місця прибулим до готелю. Здійснює розрахунок за проживання та надання послуг у разі відсутності касира. Наглядає за своєчасністю оплати за проживання у готелі та за послуги, не допускаючи заборгованості. Забезпечує правильне використання номерів і місць, наглядає за своєчасною їх підготовкою для заселення та узгоджує термін проживання.

Веде облік осіб, що проживають у готелі, здійснює контроль за звільненням номерів і місць. Складає відомості про завантаженість готелю за поточну добу, оформлює переведення осіб, що проживають у готелі, з одного номера в інший за їх проханням. Забезпечує виконання правил користування і внутрішнього розпорядку у готелі. Вживає заходів щодо розв'язання конфліктів, які виникають між особами, які проживають у готелі, та обслуговуючим персоналом. Приймає заявки на бронювання місць.

Передає адресатам кореспонденцію, яка надходить у готель. Веде облік речей, забутих особами, що проживали у готелі, та відвідувачами, вживає заходів щодо їх збереження і повернення. Складає акти про пошкоджені або знищені особами, які проживають у готелі, матеріальні цінності готелю, стягує з винних за збитки у порядку, встановленому чинним законодавством. Наглядає за додержанням чистоти в готелі, своєчасністю та якістю прибирання номерів, справністю електромережі, ліфтів, водопроводу та іншого обладнання готелю.

У разі відсутності довідкового бюро повідомляє номери телефонів інших готелів, швидкої медичної допомоги, відділення міліції та інших установ. Керує роботою персоналу, який займається прийманням, розміщенням та обслуговуванням осіб, які проживають у готелі, здійснює контроль за виконанням підлеглими їх посадових інструкцій.

Повинен знати: правила користування і внутрішнього розпорядку в готелі; прейскурант цін на номери і місця; правила приймання та обслуговування громадян; перелік послуг, які надаються в готелі; правила етикету; порядок оформлення і розрахунків з особами, які проживають у готелі; експлуатаційну документацію; розміщення і години роботи

об'єктів побутового обслуговування; номери телефонів інших готелів, торгівельних установ, швидкої медичної допомоги, відділення міліції, пожежної охорони, аварійних служб; правила охорони праці та протипожежного захисту.

Кваліфікаційні вимоги. Неповна вища освіта відповідного напрямку підготовки (молодший спеціаліст) без вимог до стажу роботи або повна загальна середня освіта, індивідуальна підготовка та стаж роботи в готельному господарстві — не менше 2 років. Для готелів, які обслуговують іноземних громадян, — володіння однією з іноземних мов в обсязі спеціальних курсів.

Адміністратор черговий готелю

Завдання та обов'язки. Надає за поданням паспорта або іншого документа, який посвідчує особу, номери і місця громадянам, що прибувають у готель. За відсутності касира робить розрахунки оплати за проживання і надані послуги. Стежить за своєчасністю оплати проживання в готелі і послуг, що надаються, не допускаючи утворення заборгованості. Забезпечує правильне використання номерів і місць у готелі, стежить за їх вчасною підготовкою для поселення громадян і погоджує терміни проживання.

Веде облік руху мешканців у готелі і здійснює контроль за номерами і місцями, що звільняються. Складає відомості про заповнення готелю за поточну добу, оформлює переселення проживаючих за їхнім проханням з одного номера в інший. Забезпечує виконання правил користування і внутрішнього розпорядку в готелі. Вживає заходів щодо розв'язання конфліктів, що виникають між мешканцями та обслуговуючим персоналом готелю. Приймає заявки на бронювання місць, приймає кореспонденцію, що надходить у готель, і передає її за призначенням. Веде облік речей, забутих у готелі мешканцями та відвідувачами і вживає заходів щодо їх збереження і повернення.

Складає акти про зіпсовані або знищені мешканцями матеріальні цінності готелю та у встановленому порядку робить стягнення з винних осіб. Стежить за дотриманням чистоти у готелі, вчасним прибиранням номерів, справним станом електромережі, ліфтів, водопроводу та іншого обладнання готелю. У разі відсутності довідкового бюро повідомляє телефони інших готелів, швидкої медичної допомоги, відділення міліції та інших установ. Здійснює контроль за виконанням посадових інструкцій обслуговуючим персоналом готелю.

Швейцар

Завдання та обов'язки. Спостерігає за входом і виходом відвідувачів на підприємствах громадського харчування, торгівлі, комунального господарства та інших. Інформує клієнтів про розміщення відділів, секцій, торгових точок, наявність вільних місць тощо. На прохання відвідувачів викликає таксі. Наводить лад у вестибулі, протирає скло, стіни у тамбурі та під'їзді. Чистить металічні предмети на дверях. Очищує територію біля вхідних дверей. Перевіряє справність дверей. Повідомляє адміністрації про виявлені несправності. Вмикає і вимикає світлові реками, перевіряє системи сигналізації.

Повинен знати: правила обслуговування відвідувачів на даному підприємстві; розміщення відділів, секцій, торгових залів та служб; номери телефонів виклику таксі, міліції, швидкої допомоги, пожежної команди тощо; місце розташування найближчих закладів громадського харчування, торгівлі, комунального господарства та ін.; місцезнаходження засобів протипожежного захисту, сигналізації і правила користування ними; правила санітарії та гігієни; способи чищення металевих предметів.

Порт'є

Завдання та обов'язки. Забезпечує збереження, видачу та одержання особами, які проживають у готелі, ключів від номерів. Приймає і своєчасно вручає направлену на адресу осіб, які проживають у готелі, кореспонденцію. Інформує про послуги, що надаються в готелі, приймає замовлення на ці послуги, контролює своєчасність і якість їх виконання. За дорученням адміністратора веде журнал обліку громадян України та іноземців, реєструє заявки на бронювання номерів (місць). Повідомляє адміністратору оперативні дані про номери (місця), що звільнюються. Наглядає за порядком у вестибулі. Забезпечує виконання діючих правил користування і внутрішнього розпорядку у готелі. Дає інформацію особам, які проживають у готелі, з різних питань. Виконує у разі відсутності адміністратора його функції.

Повинен знати: правила користування і внутрішнього розпорядку в готелі; прейскуранти цін на номери, місця та платні послуги у готелі; правила прийому та обслуговування громадян України та іноземців; розміщення і час роботи всіх служб готелю; порядок ведення журналів обліку осіб, які проживають у готелі, бронювання номерів (місць), складання відомості обліку руху номерів і місць, реєстрації національних документів іноземних громадян; порядок розрахунків з особами, які проживають у готелі; правила протипожежного захисту.

Кваліфікаційні вимоги. Повна загальна середня освіта та індивідуальна підготовка. Без вимог до стажу роботи. Для готелів, які обслуговують іноземних громадян, володіння однією з іноземних мов в обсязі спеціальних курсів.

Оператор механізованого розрахунку в готелі (касир)

Завдання та обов'язки. Здійснює розрахунки з особами, які проживають у готелі, за номер (місце) та надані послуги. Зберігає у картотеці рахунки і в разі виїзду осіб, які проживали в готелі, здійснює остаточний розрахунок з ними. Веде облік руху номерного фонду у готелі. Здійснює операції з приймання, зберігання грошей та здавання їх у бухгалтерію.

Повинен знати: правила користування і внутрішнього розпорядку в готелі; правила експлуатації лічильно-клавійних машин; прейскурант цін на номери, місця і послуги, що надаються у готелі.

Кваліфікаційні вимоги. Повна загальна середня освіта та індивідуальна підготовка. Без вимог до стажу роботи.

Черговий по поверху готелю

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 безперервною роботою електромережі, водопроводу, каналізації та в разі виявлення несправностей вживає заходи 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.

Повинен знати: правила користування готелями; внутрішній розпорядок у готелі; прейскуранти цін на номери, місця в номерах, послуги, що надаються мешканцям; правила протипожежного захисту.

Кваліфікаційні вимоги. Повна загальна середня освіта та індивідуальна підготовка. Без вимог до стажу роботи.

Покоївка 1-й розряд

Завдання та обов'язки. Прибирає та утримує в чистоті номери готелю, санвузли та інші закріплені за нею приміщення. Змінює постільну білизну, рушники і туалетні речі після кожного виїзду мешканця, а в разі тривалого проживання – у терміни, передбачені Правилами користування готелями та надання готельних послуг, прибирає ліжка.

Здійснює генеральне прибирання номерів і приміщень згідно з прийнятою технологією та періодичністю. Приймає замовлення від мешканців на побутові послуги та забезпечує їх своєчасне виконання. У разі виявлення зіпсованого мешканцями майна та обладнання готелю, інформує про це чергового на поверсі. Стежить за своєю зовнішністю. Дотримується правил безпечного виконання робіт із застосуванням електроприладів, драбини тощо.

Повинна знати: Правила користування готелями та надання готельних послуг; правила внутрішнього розпорядку в готелі, технологію і періодичність прибирання номерів і приміщень загального користування готелю; розташування місцевої заірної арматури і протипожежного обладнання; правила і норми охорони праці і виробничої санітарії.

Кваліфікаційні вимоги. Базова або неповна базова загальна середня освіта. Короткострокове виробниче навчання або інструктаж. Без вимог до стажу роботи.

2-й розряд

Завдання та обов'язки. Зустрічає і розміщує гостей. Здійснює щоденне, поточне і генеральне прибирання номерів і закріплених за нею приміщень загального користування згідно з прийнятою технологією і періодичністю. Змінює постільну білизну, рушники і туалетні речі після кожного виїзду мешканця, а в разі тривалого проживання — у терміни, передбачені Правилами користування готелями та надання готельних послуг, прибирає ліжка. Приймає замовлення від мешканців на побутові послуги та забезпечує їх своєчасне виконання.

У разі несправності меблів, телевізора, холодильника, радіоприймача, телефонного апарата, освітлювальних приладів, сантехнічного та іншого обладнання номерів подає заявку черговому на поверсі або адміністратору для проведення ремонту відповідними спеціалістами. У разі виявлення зіпсованого мешканцями майна та обладнання готелю інфор-

мує про це чергового на поверсі. Стежить за своєю зовнішністю. Дотримується правил і норм безпечного виконання робіт із застосуванням електроприладів, драбини тощо.

Повинна знати: Правила користування готелями та надання готельних послуг; правила внутрішнього розпорядку в готелі, правила приймання та обслуговування громадян; технологію і періодичність прибирання номерів і приміщень загального користування; прейскурант цін на послуги; нормативи обладнання номерів; правила користування електроприладами і протипожежним обладнанням; розміщення місцевої запірної арматури і протипожежного обладнання; правила і норми охорони праці і виробничої санітарії.

Кваліфікаційні вимоги. Базова або неповна базова загальна середня освіта. Одержання професії безпосередньо на виробництві. Підвищення кваліфікації. Стаж роботи за професією покоївки I розряду — не менше 0,5 року.

Прибиральник територій

Завдання та обов'язки. Підмітає проїжджу частину доріг і тротуарів вулиць, чистить їх від снігу й льоду, посипає піском. Копає і прочищає канали для стоку води. Очищує від снігу і льоду пожежні колодязі для вільного доступу до них. Поливає вулиці, тротуари; зелені насадження, клумби і газони. Періодично промиває і дезінфікує вуличні урни, очищає їх від сміття. Наглядає за санітарним станом та обслуговуванням території.

Повинен знати: санітарні правила щодо утримання вулиць, правила безпеки під час виконання прибиральних робіт.

Кваліфікаційні вимоги: середня загальна освіта чи неповна середня освіта без вимог до стажу роботи.

Прибиральник виробничих приміщень

Завдання та обов'язки. Прибирає в цехах та інших виробничих приміщеннях відходи виробництва і сміття. Видаляє пил, підмітає і миє вручну чи з допомогою машин і пристосувань підлоги, сходи, сходові марші і майданчики, вікна, стіни, стелі у виробничих приміщеннях. Готує різні миючі і дезінфікуючі розчини для миття підлоги, стін, вікон і стель. Транспортує відходи і сміття з виробничих приміщень до встановленого місця. Отримує миючі засоби, інвентар та інші матеріали. Наповнює бачки питною водою. Розставляє урни для сміття, чистить і дезінфікує їх. Прибирає і дезінфікує туалети, душові, гардеробні та інші місця загального користування на виробництві.

Повинен знати: вимоги промислової санітарії; призначення і концентрацію дезінфікуючих і миючих засобів; правила прибирання, принципи і правила експлуатації обладнання, що використовується.

Кваліфікаційні вимоги: на посаду прибиральника виробничих приміщень може бути прийнята особа із загальною середньою освітою чи неповною середньою освітою без вимог до стажу роботи.

Прибиральник службових приміщень

Завдання та обов'язки. Здійснює прибирання службових приміщень, сходів, коридорів на закріпленій території. Видаляє пил із меблів, килимових доріжок і покриттів, підмітає і миє підлогу вручну чи із застосуванням миючих електропристроїв, миє стіни, перила, вікна та ін. Прибирає сміття зі смітників і розставляє урни на свої місця. Отримує обтиральний матеріал, миючі та дезінфікуючі засоби. Збирає сміття і харчові відходи, транспортує їх до сміттеприймальників у встановлені місця. Дотримується санітарно-гігієнічних вимог при прибиранні приміщень, застосовує засоби для миття, чищення та дезінфекції. Утеплює вікна й двері, готує приміщення до зимового періоду.

Повинен знати: існуючі норми з прибирання площі службових приміщень на одного працівника і закріплені за ним для прибирання приміщення; призначення і правила експлуатації пристроїв та електрообладнання, які застосовуються для прибирання службових приміщень; вимоги щодо вологого і сухого прибирання службових приміщень; правила експлуатації санітарно-технічного обладнання; призначення і концентрацію миючих і дезінфікуючих засобів; санітарно-гігієнічні вимоги до прибирання службових приміщень; правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства; норми і вимоги з охорони праці, протипожежної безпеки та виробничої санітарії.

Кваліфікаційні вимоги: середня загальна освіта чи неповна середня освіта без вимог до стажу роботи.

Кастелянша

Завдання та обов'язки. Сортує одяг, білизну тощо, які були в користуванні, маркує їх, здає в пральню, на дрібний ремонт і підпрасування після прання. Бере участь у складанні актів на списання спеціального і санітарного одягу, взуття, білизни та інших речей, які стали непридатними. Отримує, перевіряє і видає спецодяг, спецвзуття, білизну, інвентар, що знімається (чохла, порт'єри та ін.), та запобіжні засоби. Веде облік і контроль за правильним використанням спецодягу, білизни тощо. Оформляє встановлену документацію.

Додатки

Повинна знати: терміни носіння спеціального і санітарного одягу, взуття, білизни тощо, обміну і правила мітки; порядок отримання, видачі, зберігання і списання внаслідок зносу спеціального і санітарного одягу, взуття, білизни, запобіжних пристосувань; порядок ведення встановленої документації.

Кваліфікаційні вимоги. На посаду кастелянші призначається особа без висунення вимог до стажу роботи та освіти. Кастелянша призначається на посаду і звільняється з неї наказом керівника закладу відповідно до діючого законодавства України. Кастелянша безпосередньо підпорядковується керівнику свого структурного підрозділу.

Документи первинного обліку у готелях

ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ БУДІВНИЦТВА, АРХІТЕКТУРИ ТА
ЖИТЛОВОЇ ПОЛІТИКИ
Н А К А З

№ 230 від 13.10.2000
м.Київ

*Про затвердження форм документів первинного обліку та
Інструкції про порядок ведення документообігу при
наданні готельних послуг у ДП «Укркомунобслуговування»*

На виконання доручення Кабінету Міністрів України від 05.11.99 р. № 21705/4, керуючись Положенням про Державний комітет будівництва, архітектури та житлової політики (1342/97), з метою упорядкування і спрощення документообігу при наданні готельних послуг у Державному підприємстві «Укркомунобслуговування»

Н А К А З У Ю:

1. Затвердити форми документів первинного обліку (форми №№ 1-г, 2-г, 3-г, 4-г, 5-г, 6-г, 7-г, 8-г, 9-г, 10-г) та Інструкцію про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг у ДП «Укркомунобслуговування», що додаються.
2. Затвержені форми документів первинного обліку та Інструкцію про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг у ДП «Укркомунобслуговування» рекомендувати для застосування готельними підприємствами України незалежно від підпорядкування та форми власності.

Додатки

Форма № 1-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» 10 2000

№ 230

Готель

Кімната № _____

Прибув _____

Вибув _____

Анкета проживаючого

Прізвище _____

Прибув _____

Ім'я _____

Вибув _____

По батькові _____

Адреса постійного

Дата народження _____

проживання _____

Паспорт _____

(коли і ким виданий)

Підпис _____

Форма № 2-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ _____

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» _____ 10 _____ 2000

Код за ДКУД _____

№ 230

Hotel _____

Готель _____

Room № _____

Кімната № _____

Date of arrival _____

Date of departure _____

Прибув _____

Вибув _____

Registration card
Реєстраційна картка

Surname _____

№ of registration _____

Прізвище _____

Реєстрація _____

Name _____

Citizenship _____

Ім'я _____

Громадянство _____

Date of birth _____

№ of the passport _____

Дата народження _____

№ паспорта _____

№ of the visa _____

№ візи, тип та термін її дії _____

Residence adress _____

Місце проживання _____

Duration and purpose of stay _____

Термін та мета перебування _____

Signature _____

Підпис _____

Додатки

Форма № 3-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» 10 2000

№ 230

**ВІЗИТНА КАРТКА
HOTEL CARD**

Прізвище _____
Surname

№ кімнати _____
Room №

Термін проживання _____
Duration of stay

Форма № 4-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України
«30» 10 2000

№ 230

Hotel _____

Готель

Адреса _____

Address

Рахунок/Invoice № _____
" _ " _____ 200 _ р.

П.І.Б. клієнта _____

Name of client

Прибув _____

Arrive

№ кімнати _____

Room №

Вибув _____

Depart

№ з/п	Послуга/Services	Вартість/ Hotel charge

Сума/Totally _____

ПДВ/VAT _____

Усього з ПДВ/Amount for payment incl. VAT _____

Сума до сплати в грн./USD/Total in GRN/USD _____

Касир/Cashier _____

Додатки

Форма № 5-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» 10 2000

№ 230

ЖУРНАЛ
обліку громадян, які проживають у готелі

№ з/п	Прізвище, ім'я, по-батькові	Дата та час прибуття у готель	№ кімнати	Сплачено (з якого по яке число включно)	Вид оплати	Дата і час вибуття з готелю	Кількість днів перебування
1	2	3	4	5	6	7	8

Форма № 6-г

Готельний комплекс _____
 Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
 Наказ Держбуду України
 «30» _____ 10 2000

Код за ДКУД

№ 230

ЖУРНАЛ
обліку іноземців, які проживають у готелі

№ з/п	Дата поселення	Прізвище, ім'я, по-батькові	Дата народження	Громадянство (підданство) № паспорта, № візи, коли і ким виданий	Назва країни, звідки прибув	Дата і КПП в'їзду
1	2	3	4	5	6	7

Назва організації, яка здійснює прийом іноземців	Мета приїзду	Проживає в номері	Номер, термін дії реєстрації, коли і ким здійснена	Дата вибуття з готелю	Підпис адміністратора
8	9	10	11	12	13

Примітки

1. Журнал обліку іноземних громадян повинен бути пронумерований, прошнурований, скріплений печаткою і підписом керівника готелю та зареєстрований в канцелярії.
2. Порядковий номер запису в журналі є номером реєстрації іноземного паспорта для готелів, яким надано право реєстрації національних документів, що посвідчують особу.
3. Усі записи в журналі повинні проводитись акуратно, виправлення мають прочитуватись.

Додатки

Форма № 7-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» _____ 10 2000

Код за ДКУД

№ 230

ЖУРНАЛ
реєстрації заявок на бронювання номерів

Реєстраційний номер	Прізвище, ім'я, по-батькові або організація замовника	Форма оплати	Громадянство (підданство)	Кількість та категорія номерів (місць)	Термін перебування з _____ по _____	Додаткові вимоги
1	2	3	4	5	6	7

Форма № 8-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ _____

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України

«30» _____ 10 _____ 2000

Код за ДКУД _____

№ 230

Касовий звіт за " ____ " _____ 200_ р.

N з/п	Вид платежу	Кількість	Сума
1	2	3	4
Рахунки з № _____ по № _____			

Усього за рахунками без ПДВ _____ грн. _____ коп.

У тому числі ПДВ _____ грн. _____ коп.

Готельний збір _____ грн. _____ коп.

Повернення _____ грн. _____ коп.

Усього отримано _____ грн. _____ коп.

Відповідальний за розрахунки _____

Додатки

Форма № 9-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України
«30» _____ 10 _____ 2000

№ 230

ВІДОМОСТІ руху номерів у готелі

Категорія номера	Всього номерів	Всього місць	Зайнято номерів	Броня	Вільні номери	Простій	Ремонт
1	2	3	4	5	6	7	8

Форма № 10-г

Готельний комплекс _____
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Код за ДКУД

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Наказ Держбуду України
«30» _____ 10 _____ 2000

№ 230

ЖУРНАЛ осіб, які проживають на поверсі

Усього номерів	Всього місць	Додаткові місця	Проживає	На броні	У простоті	На ремонті	Вийждає
1	2	3	4	5	6	7	8

**Інструкція
про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг**

1. Загальні положення

1.1. Форми документів первинного обліку в ДП «Укркомунобслуговування» розроблено з метою упорядкування та спрощення розрахунків з громадянами України, іноземцями та особами без громадянства (далі – громадян), які проживають у готелі і користуються готельними послугами.

1.2. Інструкція визначає порядок використання і заповнення форм документів при проведенні розрахунків з громадянами, які проживають у готелі і користуються готельними послугами, та ведення первинного обліку у готелі.

1.3. При застосуванні спеціалізованого програмного забезпечення для ведення документообігу готель може використовувати форми документів у електронному вигляді за умови збереження вхідних даних обліку.

1.4. При використанні готелем сертифікованих і зареєстрованих комп'ютерних систем для розрахунків з громадянами за надані готельні послуги відповідно до вимог законодавства про застосування електронних контрольно-касових апаратів (ЕККА) при розрахунках із споживачами в сфері послуг, порядок використання форм звітності визначається готелем самостійно.

1.5. Інші додаткові відомості, необхідні для маркетингової роботи готелю, можуть бути внесені у загальні рекомендовані форми за рішенням адміністрації готелю.

2. Використання і заповнення форм документів первинного обліку в готелі

2.1. Форма № 1-г «Анкета проживаючого» заповнюється громадянином України у 1 примірнику на підставі паспорта або іншого документа, який засвідчує особу. Потім передається адміністратору для реєстрації, після чого документ повертається власнику, а анкету заносять до картотеки.

Анкети зберігаються в службі прийому та розміщення готелю в період проживання громадянина у готелі та на протязі місяця з моменту його вибуття з готелю. Після цього анкети передаються до архіву і зберігаються протягом року, а потім знищуються за актом. Анкети систематизовані в алфавітному порядку.

2.2. Форма № 2-г «Реєстраційна картка» заповнюється іноземцем або особою без громадянства, яка прибула у готель, на підставі паспорта або документа, що засвідчує особу, та передається адміністратору разом з

цим документом для реєстрації. Реєстраційна картка відображає відомості двома мовами: українською та англійською.

Реєстраційні картки зберігаються протягом двох років, після чого разом з журналом обліку іноземців (форма № 6-г) знищуються за актом.

2.3. Форма № 3-г «Візитна картка» надає право громадянину, який проживає у готелі, на отримання ключів від номера та обслуговування службами готелю.

На картці відзначаються обов'язкові відомості, прізвище проживаючого, номер кімнати і термін проживання. Інші необхідні відомості можуть бути внесені додатково за рішенням адміністрації готелю.

Візитна картка заповнюється адміністратором на підставі анкети (форма № 1-г) чи реєстраційної картки (форма № 2-г).

Візитна картка відображає відомості двома мовами: українською та англійською.

2.4. Форма № 4-г «Рахунок» застосовується при оформленні розрахунків з громадянами за основні та додаткові послуги, отримані у готелі. Форма використовується при будь-якій формі обробки документа (електронній, ручній) та при будь-якому виді розрахунку (готівковому, безготівковому).

Рахунок виписується у двох примірниках. Перший примірник видається проживаючому, другий здається до бухгалтерії.

Графа форми «Послуга» містить перелік основних та додаткових послуг, готелю, наданих проживаючому за звітний період, та податків на ці послуги. Сума до сплати розраховується щодобово згідно з переліком фактично отриманих послуг разом із сумами ПДВ та готельного збору, та всього до сплати. У рахунку сума до сплати з ПДВ вписується в гривнях.

2.5. Форма № 5-г «Журнал обліку громадян, які проживають у готелі» застосовується для обліку усіх осіб, що проживають у готелі. Журнал ведеться в одному примірнику адміністратором на підставі анкет (форма № 1-г) та реєстраційних карток (форма № 2-г).

2.6. Форма № 6-г «Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі» заповнюється адміністратором на підставі реєстраційних карток (форма № 2-г) паспортів та віз. Журнал ведеться в одному примірнику за формою, затвердженою МВС України. По закінченні журнал передається на зберігання до архіву готелю.

2.7. Форма № 7-г «Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів» заповнюється адміністратором на підставі телеграм, телефонних дзвінків, листів, що надійшли у готель, на бронювання номерів.

Юридичними особами заявка на бронювання номерів у готелі подається у вигляді гарантійного листа довільної форми, який підписується відповідальною особою та завіряється печаткою.

2.8. Форма № 8-г «Касовий звіт» складається касиром (портъє, що виконує розрахунки) за даними використаних за звітний період рахунків (форма № 4-г) в одному примірнику. Графа форми «Вид платежу» містить перелік послуг готелю, наданих проживаючим за звітний період. Форма щоденно здається до бухгалтерії разом з другими примірниками рахунків (форма № 4-г), контрольною касовою стрічкою ЕККА та контрольною стрічкою терміналу кредитних карток (у разі використання механізованого розрахунку).

2.9. Форма № 9-г «Відомість обліку руху номерів у готелі» заповнюється черговим адміністратором щоденно станом на 9.00 годин і використовується для оперативного обліку звільнення і заселення номерів та проведення ремонтних робіт у номерах.

2.10. Форма № 10-г «Журнал обліку проживаючих на поверсі» щоденно заповнюється черговим по поверху. Форма містить відомості, необхідні покоївкам для проведення поточних прибиральних робіт.

3. Порядок оформлення операції «Повернення коштів»

При проведенні розрахункової операції «Повернення коштів» застосовується наведена схема:

- 1) адміністратор отримує від проживаючого попередні розрахункові документи;
- 2) проживаючий готелю подає «Заяву про повернення невикористаних коштів» на ім'я керівництва готелю у довільній формі. Заява є офіційною підставою для повернення коштів;
- 3) касир (портъє, що виконує розрахунки) повертає при пред'явленні паспорта або іншого документа, що засвідчує особу, проживаючому кошти в сумі невикористаного авансу. Розрахунок оформляється розрахунково-касовим ордером;
- 4) проживаючий готелю отримує розрахункові документи за фактично отримані послуги з відміткою про повернення невикористаного авансу.

4. Перелік вимог до дизайну та умов виготовлення форм документів

4.1. Дизайн форм документів первинного обліку готель вирішує індивідуально на власний розсуд. При цьому дизайн повинен враховувати прикмети особистого фірмового стилю готелю, елементи відомостей про проживаючого та можливість як електронного, так і ручного заповнення

Додатки

документа. Якщо форма документа має, крім друкованого, ще й електронний варіант, обидва повинні бути витримані в єдиному стилі.

4.2. Мета використання конкретної форми обумовлює процедуру виготовлення бланку цієї форми:

- форми документів, що використовують для оформлення реєстрації та розрахунків з проживаючим, повинні бути виготовлені спеціалізованим підприємством з урахуванням вимог щодо якості та дизайну;

- форми документів, що використовуються тільки для внутрішнього обліку, можуть бути роздруковані безпосередньо на підприємстві.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

КРУЛЬ Галина Ярославівна

ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Керівник видавничих проєктів – Сладкевич Б. А.

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 14.12.2010. Формат 60x84^{1/16}
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PetersburgСТТ.
Умовн. друк. арк. 20,7. Наклад – 800 прим.

Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)
e-mail: office@uabook.com
сайт: www.cul.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2458 від 30.03.2006