Організація і технологія надання послуг гостинності

Галина КРУЛЬ
Оксана ЗАЯЧУК



ISBN 978-966-423-753-3



Галина КРУЛЬ
Оксана ЗАЯЧУК

Організація і технологія надання послуг гостинності

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Галина КРУЛЬ, Оксана ЗАЯЧУК

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

Навчальний посібник

Чернівці
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
2022

УДК 338.478.2:640.4](075.8)
К 843

Рекомендовано вченою радою
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
(протокол № 7 від 30.06.2022 р.)

Р е ц е н з е н т и :
А.В. Кузишин, доктор географічних наук, декан географічного факультету Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка;
Р.М. Гищук, кандидат географічних наук, доцент кафедри менеджменту, міжнародної економіки та туризму Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Круль Г., Заячук О.

К 843 Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
ISBN 978-966-423-753-3

Запропоноване навчальне видання тематично розділене на три блоки: у першому розглянуто основні поняття сфери гостинності, в другому висвітлено формування внутрішнього простору готелів, у третьому розділі розкрито процес обслуговування гостей у готелях, особливості діяльності провідних готельних служб та організації і надання основних і додаткових послуг у закладах гостинності, психологічні аспекти роботи з клієнтами. Посібник містить запитання і тести для самоконтролю, значний додатковий і довідковий матеріал.

Для викладачів і здобувачів вищої освіти спеціальності 242 «Туризм», широкого кола зацікавлених читачів.

УДК 338.478.2:640.4](075.8)

© Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2022

ISBN 978-966-423-753-3

© Круль Г.Я., Заячук О.Г., 2022

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА……..... 8
РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 10

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ «ГОСТИННОСТІ» І «ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА». РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ ……. 10
1.1 Терміни і визначення понятійного апарату «гостинність» 10
1.2 Зміст основних понять готельного господарства …….. 13
1.3 Еволюція індустрії гостинності …… 15
1.4 Особливості розвитку міжнародних готельних мереж …. 28
1.5 Проблеми і перспективи розвитку готельної індустрії ….. 32
Запитання та завдання для самоконтролю …… 34
Тести для самоперевірки …… 34

ТЕМА 2. ВИДИ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ……. 37
2.1 Основні підходи до класифікації засобів розміщення…… 37
2.2 Класифікація засобів розміщення туристів за UNWTO ….. 41
2.3 Типи готельних підприємств залежно від призначення ….. 43
2.4 Спеціалізовані готелі ……... 47
Запитання та завдання для самоконтролю …… 52
Тести для самоперевірки …… 53

ТЕМА 3. СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ У СВІТІ …. 56
3.1 Проблеми створення міжнародної класифікації готелів … 56
3.2 Особливості американської класифікації готелів і мотелів 60
3.3 Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу ….. 61
3.4 Класифікація готелів в Україні (в радянські роки) …… 71
3.5 Сучасна класифікація готельного господарства України ... 74
Запитання та завдання для самоконтролю …… 74
Тести для самоперевірки …… 75

ТЕМА 4. ПРИЗНАЧЕННЯ ГОТЕЛІВ, ЇХ РОЗТАШУВАННЯ У СТРУКТУРІ МІСТА ……. 78
4.1 Розвиток архітектурних форм будівлі готелю …… 78
4.2 Сучасні архітектурні концепції готельних будівель …… 80
4.3 Особливості вибору майданчиків для будівництва готельних комплексів …… 82
4.4 Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста ……. 84
Запитання та завдання для самоконтролю …… 87
Тести для самоперевірки …… 87

ТЕМА 5. ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 89
5.1 Матеріально-технічна база та основні фонди готельного господарства 89
5.2 Показники оцінки руху і стану основних фондів готельного підприємства 92
Запитання та завдання для самоконтролю 98
Тести для самоперевірки 98

РОЗДІЛ 2
ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ ГОТЕЛЮ 103
ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ГОТЕЛЮ 103
6.1 Організація прилеглої до готельних будівель території 103
6.2 Характеристика основних блоків приміщень готелів 106
6.2.1 Організація приміщень вестибюльної групи 106
6.2.2 Характеристика приміщень житлової групи 110
6.2.3 Блок приміщень харчування 118
6.2.4 Організація адміністративних приміщень 122
6.2.5 Приміщення господарського і складського призначення 123
6.2.6 Організація приміщень ділового і рекреаційного призначення 126
6.3 Роль інтер'єру й озеленення у формуванні іміджу готелю 129
6.3.1 Складові частини комфорту внутрішнього простору готелю 129
6.3.2 Умеблювання готельних приміщень 131
6.3.3 Естетична організація середовища готелю 134
Запитання та завдання для самоконтролю 145
Тести для самоперевірки 147

ТЕМА 7. ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ 153
7.1 Характеристика санітарно-технічного устаткування ... 154
7.1.1 Облаштування господарсько-питного водогону і каналізації 154
7.1.2 Протипожежний водогін та системи пожежогасіння . 157
7.1.3 Гаряче водопостачання готельних комплексів 158
7.1.4 Системи опалення в готелях 159
7.1.5 Кондиціонування і вентиляція повітря 161
7.1.6 Централізоване видалення пилу 166
7.1.7 Системи сміттєвидалення 167
7.2 Ліфтове устаткування 169
7.3 Електроустаткування 171
7.4 Слабкострумове господарство 173

Запитання та завдання для самоконтролю …….. 176
Тести для самоперевірки ……... 177

РОЗДІЛ 3
ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ 181
ТЕМА 8. ПОЧАТКОВА ФАЗА ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІНТІВ У ГОТЕЛЯХ …… 181
8.1 Організаційна структура готельного підприємства ……. 181
8.2 Технологічний цикл обслуговування клієнтів …… 182
8.3 Організація бронювання у готелях …… 185
8.3.1 Основні терміни, що використовуються при бронюванні …….. 185
8.3.2 Види бронювання …….. 186
8.3.3. Форми та засоби бронювання …….. 187
8.3.4 Автоматизовані системи бронювання …….. 189
8.3.5 Функції відділу бронювання та обов'язки персоналу 191
8.3.6 Технологічний процес бронювання місць у готелях 193
Запитання та завдання для самоконтролю …….. 197
Тести для самоперевірки ……... 198

ТЕМА 9. ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ СЛУЖБОЮ ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ …… 201
9.1 Поняття про процес реєстрації гостей у готелі …… 201
9.2 Сутність передреєстраційного етапу ……. 201
9.3 Реєстрація гостей у готелях ……. 202
9.4 Визначення номера і тарифів …… 205
9.5 Оплата готельних послуг …….. 209
9.6 Видача ключів від номера і супровід гостя …….. 214
9.7 Зміна номерів, повернення коштів і відмова у поселенні …. 216
9.8 Організація виїзду з готелю …….. 218
9.9 Нічний аудит …….. 219
Запитання та завдання для самоконтролю …….. 221
Тести для самоперевірки …….. 221

ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ОБСЛУГОВУВАННЯ НОМЕРНОГО ФОНДУ ……. 224
10.1 Функції служби обслуговування номерного фонду …… 224
10.2 Організаційна структура служби обслуговування номерного фонду …….. 225
10.3 Організація діяльності допоміжних підрозділів – пральні та хімчистки …….. 229

10.4 Організація роботи покоївки …… 230
10.4.1 Підготовка покоївки до робочої зміни …… 230
10.4.2 Укомплектування візка покоївки …… 232
10.5 Організація і технологія прибиральних робіт …… 233
10.5.1 Організація прибиральних робіт …… 233
10.5.2 Технологія виконання прибиральних робіт номерного фонду …… 235
10.5.3 Технологія прибирання приміщень загального користування …… 239
10.5.4 Технологія прибирання санвузлів загального користування …… 241
10.5.5 Догляд за прилеглою територією …… 242
10.6 Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни …… 243
10.6.1 Організація роботи білизняного господарства …… 243
10.6.2 Вимоги до готельного текстилю …… 244
Запитання та завдання для самоконтролю …… 247
Тести для самоперевірки …… 248

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛІ …… 252
11.1 Організація служби ресторанного господарства при готелі 252
11.2 Функції працівників служби ресторанного господарства 255
11.3 Умови, системи і методи харчування в готелях …… 258
11.4 Організація сніданку в готелях …… 262
11.5 Організація обслуговування в обідній час …… 265
11.6 Надання послуг харчування в номерах готелю (Room service) 267
11.7 Додаткові послуги закладів ресторанного господарства при готелі …… 273
Запитання та завдання для самоконтролю …… 276
Тести для самоперевірки …… 277

ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ СЛУЖБИ …… 279
12.1 Основні функції інженерно-технічної служби готелю … 279
12.2 Структура інженерно-технічної служби …… 282
12.3 Технічне обслуговування закладів розміщення …… 285
12.4 Системи безпеки для готелів …… 288
Запитання та завдання для самоконтролю …… 290
Тести для самоперевірки …… 290

ТЕМА 13. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ АДМІНІСТРАТИВНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ СЛУЖБИ …… 293
13.1 Функції керівної ланки адміністративно-управлінської служби готелів …… 293
13.2 Обов'язки працівників структурних підрозділів адміністративно-управлінської служби готелів ……. 297
13.3 Автоматизовані системи управління сучасним готелем 299
Запитання та завдання для самоконтролю …… 305
Тести для самоперевірки …… 306

ТЕМА 14. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ 309
14.1 Додаткові послуги в готелях …….. 309
14.2 Організація побутового обслуговування …… 311
14.3 Анімаційні послуги в структурі готельного продукту …. 312
14.3.1 Сутність анімаційних послуг та їх різновиди ……. 312
14.3.2 Функції працівників анімаційної служби ……... 318
14.3.3 Матеріально-технічне забезпечення анімаційних програм …… 320
14.4 Послуги оренди транспортних засобів …….. 322
14.5 Екскурсійне обслуговування і послуги «зустрічі-проводи» 323
Запитання та завдання для самоконтролю …… 327
Тести для самоперевірки …… 328

ТЕМА 15. РОБОТА ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З КЛІЄНТАМИ ……... 331
15.1 Цільова аудиторія закладів розміщення ……. 331
15.2 Типологія клієнтів готельних підприємств за різними підходами …….. 332
15.3 Особливості контакту персоналу готелю з клієнтами .. 337
15.4 Конфліктні ситуації в готелі та шляхи їх вирішення ….. 341
15.5 Робота зі скаргами у закладах гостинності ……. 343
Запитання та завдання для самоконтролю …… 348
Тести для самоперевірки …… 349

Список використаної літератури та інтернет-джерел ……... 353
ДОДАТКИ …….. 357

Передмова

У багатьох країнах світу туризм сьогодні посідає одне з провідних місць у структурі господарства. Однією з чи не найважливіших складових туристичної інфраструктури є готельний сектор, який забезпечує потребу подорожуючих у місцях ночівлі та відпочинку. Переформатування людських цінностей на початку XXI ст., зростання інтересу до пізнання природи, історії, культури, архітектури, кухні й традицій держав-сусідів і не тільки піднесли сферу гостинності на новий щабель, а обізнаність сучасного туриста призвела до посилення конкурентної боротьби у цій галузі, наслідком чого є постійне поліпшення умов проживання і харчування у готельному господарстві.

Багатий рекреаційно-туристичний потенціал, проведення різноманітних заходів європейського рівня в доковідний і довоєнний період спонукали до прогресивних змін в розвитку туристичної інфраструктури в Україні: появи і потужної розбудови гірськолижних курортів, санаторно-курортних бальнеологічних комплексів, транспортної інфраструктури, будівництва нових сучасних закладів розміщення різної категорії відповідно до європейських стандартів. Проте якість обслуговування певного готелю визначається не його категорією чи вишуканим інтер'єром і ланшафтним дизайном на території, наявністю басейнів, аквапарків тощо, а високопрофесійним кваліфікованим персоналом, здатним задовольнити будь-які бажання вибагливих клієнтів.

Незважаючи на велику кількість освітніх закладів, де готують фахівців для сфери гостинності, питання кадрів у готельних підприємствах залишається актуальним. Даний навчальний посібник перероблений, доповнений сучасною інформацією, нормативними документами, що регламентують діяльність засобів розміщення, відомостями про найбільші готельні мережі світу, статистичними даними щодо стану готельного господарства в Україні, документами первинного обліку, які використовуються у закладах гостинності в електронному чи паперовому вигляді, стандарти виконання прибиральних робіт у готелях, які беруться за основи із певними модифікаціями.

Навчальний посібник тематично розділений на три блоки: теоретичний, в якому розглядаються основні поняття сфери гостинності, підходи до класифікації, різновиди сучасних засобів розміщення, питання розміщення готелів у планувальній структурі міст та матеріально-технічної бази готельного господарства. Другий блок тем присвячений формуванню внутрішнього простору готелів, власне – характеристиці основних приміщень закладів гостинності та їх інженерно-технічному оснащенню. Третій розділ висвітлює процес обслуговування гостей у готелях, особливості діяльності провідних готельних служб та організації, надання основних і додаткових послуг у закладах гостинності, психологічні аспекти роботи з клієнтами.

У виданні наведені запитання та тести для самоконтролю опрацьованого матеріалу, значний додатковий і довідковий матеріал, покликаний якнайповніше розкрити сутність готельного господарства.

Книга призначена для здобувачів освіти спеціальності 242 «Туризм» вищих навчальних закладів, де вивчаються дисципліни «Організація готельного господарства», «Технологія готельної справи», «Організація послуг гостинності».

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ «ГОСТИННОСТІ» І «ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА». РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ 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 до сьогодні 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 цього терміна лежить слово «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей).

Термін «гостинність» уведений експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТРЕК) у Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС), утвореної у 1982 році. **Гостинність** з наукової точки зору – система 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 і виконувати технологічні процеси надання тимчасового помешкання.

Надання послуги, її проєктування і сам процес обслуговування мають кінцеву мету – прийняти гостя. Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу. Клієнт не заважає роботі закладу, навпаки, є її сенсом і ціллю. Підприємство гостинності не робить клієнтові послугу, обслуговуючи його, а гість робить послугу, дозволяючи 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, що опинилися з різних причин поза домом, 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 із 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, як-от ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності тощо.

Найбільший вплив на середовище гостинності справляють 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 цієї галузі.

Культурні чинники мають безпосередній вплив на споживачів і виробників, оскільки і ті, й інші живуть і діють у суспільстві, яке вносить поправку в їхню поведінку.

Соціальні чинники впливають на середовище гостинності через соціальний стан споживача в суспільстві, приналежність до тієї або іншої референтної групи. 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 послуг;
- 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** зумовлюються всією розмаїтістю 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, конґресний 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 належної організації готельного і ресторанного бізнесу, а не самоціль. Якщо рівень обслуговування задовольняє клієнта, він сплатить за надані послуги і в майбутньому не тільки повернеться до цього готелю чи туристичної агенції, але й порадить своїм знайомим і друзям з якнайкращого боку такий заклад.

1.2 Зміст основних понять готельного господарства

Важливою складовою сфери гостинності 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, забезпечуючи їх сучасним житлом і різноманітними послугами.

Звідси випливає важливість вивчення змісту поняття ***„готельне господарство"***. Спочатку під цим терміном розуміли таку господарську діяльність, яка 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 напрямах діяльності, а саме – в широкому та вузькому його значеннях. У першому випадку воно охоплює дві основні групи послуг – розміщення та харчування, а в другому – тільки розміщення.

За визначенням ВТО, що має рекомендаційний характер, **засіб розміщення** – це будь-який об'єкт, який регулярно або 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. додатки А і Б), під **готелем** розуміють підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, не обмежені щоденним заправлянням 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 у готельному господарстві (див. додаток В). 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*** замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

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 призводить до збагачення змісту поняття «готельне господарство», що поряд із основними послугами охоплює й додаткові (спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін.).

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.

1.3 Еволюція індустрії гостинності

Історія розвитку готельної справи нерозривно пов'язана з подорожами. Історія ж подорожування сягає своїм корінням ще часів 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 фургонах, 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 декілька ***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 **І 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 це свідчать написи на пірамідах, залишені екскурсантами і туристами античності), але й лікувальним курортом. Така затребуваність спонукала до спорудження наметових містечок, павільйонів, різноманітних будівель і споруд для мандрівників, а також організації їхнього харчування та побутового обслуговування.

Такі події, як Олімпійські ігри, збирали атлетів, глядачів, а також торговців і ремісників (тобто як споживачів, так і постачальників товарів та послуг) з усієї Стародавньої Греції. В околицях Олімпу будувалися споруди для проживання в них атлетів, а також для надання найрізноманітніших побутових послуг. Притулок у готелі надавався всім, незалежно від статків і статусу.

Результати розкопок на півдні Іраку підтверджують, що вже тоді, в V тисячолітті до н.е., існували ***хани*** – місця для тимчасового притулку людей, що складалися зі стійл для худоби, кімнат господаря та його родини, кімнат для подорожуючих. 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 у наданні послуг харчування, 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 (датується ≈1500 р. до н.е.). Готелі як місця відпочинку посланців уряду з'явилися значно пізніше. Так, у давньогрецькому місті Епідаврі (культурному центрі Бога зцілення) був готель на 160 кімнат із прилеглими галереями зі скульптурами, стадіоном і театром на 17 тис. місць.

У Римській імперії із розвитком транспортних шляхів повсюдно виникали ***приватні постоялі двори та заїзди***. Ці дороги призначалися 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 у родичів чи знайомих. У тогочасних закладах розміщення протікали дахи, та й проживання було небезпечним.

Деякі багаті землевласники будували ***власні заїжджі двори*** – в межах своїх володінь. Римляни будували готелі, щоб відшкодувати витрати на будівництво доріг. Надійність закладу, що надавав мандрівникам притулок, харчування й ночівлю, підтверджує 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 постоялих дворів (на відміну від подальших часів) були обмежені в праві служити в армії, порушувати справу в суді, складати 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 – поч. нашої ери) з'явилися і ***державні постоялі 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. Вони були розташовані один від одного на відстані *одного дня їзди конем*. Із завоюванням нових територій і розширенням меж Римської імперії її звичаї, господарська та організаційна структури поширювалися на нові провінції і підкорені країни.

Сувора класова структура, що лежала в основі Римської держави, вплинула на діяльність підприємств гостинності того часу. Уже тоді мала місце певна **класифікація готелів**. Існувало *два типи* „пристановищ" у провінціях і в самому Римі: одні з них призначались тільки для патриціїв (*мансіонес*), інші – для плебеїв (*стабулярії*). 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 і багаті постоялі двори, де були лазні, масажні, пральні, послуги чищення взуття. Стежили за порядком, чистотою і дотриманням законності при наданні послуг гостинності державні чиновники – еділи. Постоялі 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 зазвичай у 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-сараї*** – своєрідні «готельні комплекси», що мали загони для верблюдів, 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 3-х днів за рахунок казни, а по закінченні цього терміну гість змушений був або платити за надані послуги, або рухатися далі.

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 сьогоднішнього дня, знаходиться в Іспанії (в Гренаді). Довкола внутрішнього двору на трьох поверхах розміщені номери. Аналогічні караван-сараї зустрічаються і в Стамбулі.

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.

ІІ 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 пілігримів і прочан формують новий напрямок у видах надання притулку. Церква зобов'язувала монастирі гостинно приймати прочан, організовувати для них ночівлю і харчування. Так звані «будинки для прочан» можна вважати різновидом готелів; утримувалися вони релігійними орденами і надавали всім безкоштовний притулок із примітивними умовами проживання.

Значного розвитку готельна справа в Європі набула тільки з VIII-IX ст. після виданого Карлом Великим (768-814 рр.) едикту,

яким зобов'язав монастирі й 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. Найбільш поширеними «госпиції» були 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. Зі зростанням вимог з боку мандрівників і з технічним прогресом, який відбувався одночасно, вони 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 в місті будувалися ***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, пожвавленням 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 perpetua*** з'явились 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.

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 (ігри з дротиками та гральними костями, доміно, більярд 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.

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 тут 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 і купців і була скасована тільки у XVIII ст.

Діяльність гостинних дворів у середньовіччі регламентувалась спеціальними правилами, 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 встановлювала правила для себе і своїх гостей, але активне надання монастирями безкоштовних послуг мандрівникам стримувало розвиток приватних закладів розміщення.

ІІІ період розвитку готельного господарства припадає на **Новий час** (XVI ст. – поч. 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 і найкращих готелів в **Європі** *Готель Генріха IV* (м. Нант, Франція, 1788 р.) пропонував гостям 60 ліжко-місць.

Збудований у 1861 р. готель *Moris* у Парижі вже налічував 700 номерів з водою; мав 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 ст. виникли перші курорти мінеральних вод – у Хайлиген-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*, або т.зв. *каретних готелів*, які мали 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 у наданні коней для карет.

Після прийняття англійським парламентом рішення про перевезення пошти залізницею, у 1838 р. закінчилася каретна ера. З 1900-х рр. сільські готелі знову були 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 вищий 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 «hôtel» надавалася палацам або будинкам палацового типу, передбаченим для розміщення в них важливих гостей, крім основного палацу, в якому проживав власник. 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» на будівлю, що слугує тимчасовим місцем перебування кожного мандрівника, який мав достатню кількість грошей, почався період будівництва постоялих дворів-готелів підвищеної комфортності по всій Європі.

Приплив заможних англійців та американців до Європи змінив традиційну культуру готельних послуг: вони стали більш уніфікованими та стандартизованими. Саме тоді до активного вжитку були залучені англійські слова «експрес», «комфорт», «дизайн». Наприкінці XIX ст. в Європі (насамперед у Швейцарії) розпочали будівництво сучасних готелів з високим рівнем комфорту. На зміну традиційним готелям зі скромними назвами («Англійський двір», «Стара пошта» та ін.) з'явилися розкішні готелі з гучними назвами «Bristol», «Metropol», «Palace», «Savoy»

чи просто «Grand-Hotel», 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 з перших таверн була відкрита в Бостоні в 1634 році. А в 1642 р. у Нью-Йорку (на той час – Новий Амстердам) голландцями споруджена 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 багатоповерховим 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, він був найбільшою і найдорожчою будівлею в США. Готель славився своїми нововведеннями: тут пропонували номери різної місткості (одномісний і двомісний); кожний номер зачинявся зсередини; 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 він 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, висотою 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, призвела 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. Жорстока конкуренція в галузі готельного бізнесу призвела до поглинання дрібних (сімейних) готелів готельними об'єднаннями, синдикатами, акціонерними товариствами, корпораціями, компаніями, 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. організована *Міжнародна спілка власників готелів*, що об'єднала 1700 готелів у різних країнах світу. Вдосконалювався й сервіс: у Дюссельдорфі 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.

IV період (сучасний) пов'язаний із бурхливим розвитком різних засобів транспорту, особливо автомобільного та авіаційного, пожвавленням 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 басейни сучасних конструкцій закритого і відкритого типу, 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 – поч. 70-х років. За цей час у готельних послугах відбулися істотні зміни в плані технічного оснащення: наприклад, невід’ємними елементами готельного сервісу стали кондиціонери повітря з апаратурою для індивідуального контролю, телевізійні системи в номерах із 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 із обмеженим набором послуг за порівняно низькими цінами* була найкращим вирішенням питання. 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 та прийняттям власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, яка згодом була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів.

Водночас в американському готельному бізнесі з'явилися нові тенденції – вихід на міжнародний ринок нових послуг: кілька перших готелів «Intercontinental» були збудовані авіакомпанією «Пан-Америкен». 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 зросла, 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 виникало сумнівів стосовно їхнього майбуття і перспективності запровадження в технологію підприємств. Автоматизація певних готельних операцій стала одним із найвдаліших розв'язань проблеми 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. Ланцюги можуть включати готелі однієї або кількох країн, тобто бути *національними* або *міжнародними*.

Готелі в ланцюгах можуть бути об'єднані:

- ✓ *в результаті будівництва та купівлі підприємств готельною компанією;*
- ✓ *внаслідок укладення з відомою готельною компанією-франчайзером угоди франчайзингу;*
- ✓ *підписанням 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, де основна ставка робиться на європейських традиціях вишуканості та аристократизму. Нині ця модель зазнала кризи;
- ***друга модель*** пов'язана з іменем американця Кемонса Вілсона (готельний ланцюг *Holiday Inn*). Вона вирізняється значною гнучкістю 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 ланцюги. У цьому 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 мережа *Accor* (найбільша в Європі), яка 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 мережі можна умовно поділити на такі три категорії:

– корпоративні – готельні корпорації, що володіють численними підприємствами;

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

– мережі, що надають управлінські послуги.

Існує багато поглядів на *причини успіху* готельних мереж, серед яких найважливішими є сталість якості продукту, ідентичність послуг на різних підприємствах, а також доступність цін. Готельні ланцюги мають низку **переваг**:

✓ обслуговування більшої кількості клієнтів за рахунок їх перерозподілу між готелями, що входять до ланцюга;

✓ використання єдиної централізованої системи бронювання

дозволяє підвищити завантаження номерного фонду всіх підприємств – учасників ланцюга;

✓ централізоване придбання великих партій товарів і послуг (обладнання для номерів, білизна, предмети санітарно-гігієнічного призначення тощо) за оптовими цінами;

✓ фінансування колективного бізнесу за рахунок отримання додаткових інвестицій, мобілізації капіталу і використання його для розширення і підвищення ефективності своєї діяльності;

✓ проведення гнучкої цінової політики при зміні ринкової кон'юнктури;

✓ використання централізованої системи бухгалтерського обліку, проведення загальних маркетингових досліджень, будівництва, здійснення операцій з нерухомістю істотно скорочує відповідні витрати кожного учасника ланцюга окремо за рахунок використання фахівців, що займаються цими питаннями на рівні готельного ланцюга.

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.

Уже 50 років журнал «Hotels» публікує готельні рейтинги. У 1971 році, коли була започаткована ця традиція, список налічував 100 найбільших ланцюгів. У 2020 р. він збільшився втричі (див. додаток Л, де наведений перелік найбільших готельних мереж).

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

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 пропонують послуги за помірними цінами і мають все необхідне для роботи та відпочинку, де клієнти отримають вишукане персоніфіковане 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. 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.

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.

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) до набору послуг входить клінічне обслуговування: курси реабілітації після інфарктів, лікування депресії, профілактика стресів, послуги спортивної медицини, лікувальне голодування, курси вітамінного лікування, лікування морською водою і водоростями. Готель «Seminar-Hotel» у Давосі (Швейцарія) спеціалізується на організації обслуговування конгресів, конференцій, семінарів, готель «Gastehaus Lazurus» (Берлін, Німеччина) – 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.

Диверсифікація (лат. *diversion* – відволікання, відхилення) готельного підприємства визначається розширенням послуг (розважальні, спортивно-оздоровчі, торговельні, спеціалізовані). Наприклад, у розкішному готелі «Frankfurter Hof» (Лімбург-ан-дер-Лан, Німеччина) відмовилися від будь-яких форм самообслуговування: замість автоматів для чищення взуття – нічні чистильники; у ліфтах – хлопчики-ліфтери; номерні мінібари 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.

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. «Seminar-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. 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 використовуватиметься» 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.

Екологізація і спеціалізація готельних підприємств, диверсифікація і «гедонізація» (гедонізм – філософія насолоди) готельних послуг, концептуалізація і технологізація пропозицій – така 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 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 закладі 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. В чому проявляється спеціалізація, диверсифікація, концептуалізація та екологізація готельних послуг? Наведіть приклади.

Тести для самоперевірки

1. Як трактується термін «гостинність» з наукового боку?

а) система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших 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.

2. Що таке ринок готельних послуг?

а) система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших 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. Коли і ким був уведений термін «гостинність»?
а) інспекторами Міжнародної готельної асоціації у 1972 році;
б) експертами ХОТРЕК у 1982 році;
в) інспекторами Всесвітньої туристичної організації у 1985 році;
г) фахівцями Міжнародної асоціації готелів і ресторанів у 1990 році.

4. На які групи поділяються готельні послуги?
а) основні і додаткові; б) основні і допоміжні;
в) платні і безкоштовні; г) послуги розміщення і харчування.

5. Середовище гостинності визначається поєднанням таких чинників:
а) економічних і політичних; б) зовнішніх і спеціалізованих;
в) зовнішніх і внутрішніх; г) спеціалізованих і неспеціалізованих.

6. Які чинники впливу на середовище гостинності відносять до зовнішніх?*
а) економічні; б) природні; в) політичні;
г) культурні; д) біосоціальні; е) соціальні.

7. За якими оспектами оцінюються ресурси гостинності?*
а) функціональним; б) екологічним;
в) політичним; г) естетичним;
д) культурно-історичним; е) історико-архітектурним;
є) біосоціальним.

8. Що охоплює індустрія гостинності?
а) всю сферу послуг, включаючи готельну та ресторанну справу, туристський і транспортний бізнес, рекреаційну індустрію, конґресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес;
б) діяльність готельних та ресторанних підприємств;
в) сферу послуг, що надає населенню різноманітні послуги з розміщення, харчування, дозвілля.

9. Що таке «готелі та аналогічні засоби розміщення» відповідно до «Правил користування готелями….»?
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.

10. Які етапи виділяють у розвитку готельного господарства?*
а) Стародавній; б) Античний; в) Середньовічний;
г) Давньоримський; д) Новий час; е) Американський;
є) Сучасний.

11. Якому етапу розвитку готельного господарства були притаманні таверни і заїжджі двори?

а) Середньовічному; б) Стародавньому;
в) Новому часу; г) Сучасному.

12. На Близькому Сході, в Азії та Закавказзі першими закладами розміщення були:

а) ями; б) таверни; в) караван-сараї; г) заїжджі двори.

13. Хто сприяв розвиткові готельної справи в Європі у VIII-IX ст.?

а) Карл Великий; б) Генріх IX;
в) Петро I; г) Папа Клемент VIII.

14. У руських містах в період Середньовіччя були поширені:

а) поштові станції; б) каретні двори;
в) корчми; г) гостинні двори.

15. Який готель, збудований у м. Нант у 1788 р., був одним із перших комфортабельних готелів Європи?

а) «Готель Генріха IV»; б) «Moris»; в) «Paris»; г) «Савой».

16. Який готель, збудований у 1829 році у м. Бостон (США), вважався «прабатьком сучасної готельної індустрії»?

а) «City Hotel»; б) «Moris»; в) «Tremont House»; г) «Adelphi».

17. Коли була організована Міжнародна спілка власників готелів?

а) 1906 р.; б) 1900 р.; в) 1890 р.; г) 1910 р.

18. 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.

19. Згідно з класифікацією, запропонованою Міжнародною готельною асоціацією (МГА), готельні ланцюги умовно ділять на такі категорії:*

а) корпоративні ланцюги;
б) ланцюги незалежних підприємств;
в) першокласні ланцюги;
г) ланцюги економ класу;
д) ланцюги, що надають управлінські послуги.

20. 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.

ТЕМА 2. ВИДИ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ

2.1 Основні підходи до класифікації засобів розміщення.
2.2 Класифікація засобів розміщення туристів за UNWTO.
2.3 Типи готельних підприємств залежно від призначення.
2.4 Спеціалізовані готелі.

2.1 Основні підходи до класифікації засобів розміщення

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

Залежно від типу готелю кількість і якість послуг значно відрізняється. Це пов'язано, насамперед, з потребами споживачів даного сегменту 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** (науково-дослідний центр із вивчення туризму у м. Берні) і доктор **К. Крапф** (науково-дослідний центр із туризму у м. Сенгален).

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

1) тривалість перебування;
2) мета перебування;
3) місце розташування;
4) вид транспорту, який використовується туристом;

5) кількість обслуговуваних туристів;
6) клас готелю;
7) місткість готелю;
8) режим експлуатації (сезон, рік);
9) форма власності.

Відповідно до цих ознак 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) мотелі;
г) ротелі;
д) флайтелі.
5. *Залежно від кількості обслуговуваних туристів*:
а) для групових туристів;
б) для індивідуальних туристів.
6. *Залежно від класу готелю*:
а) люкс;
б) перша категорія;
в) друга категорія;
г) третя категорія.
7. *Залежно від місткості готелю*:
а) невеликі (малі);
б) середні;
в) великі.

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 або без кондиціонування повітря, в них надається обмежений набір послуг.

9. *Залежно від форми власності*:

а) приватні;

б) акціонерні товариства.

Серед **інших класифікаційних ознак** зазначимо 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);
  - працюють за системою All Inclusive.
- *поверховість*. Світова практика свідчить, що готелі будують від одного-двох до сорока поверхів і більше, що залежить від економічних, містобудівних умов, нормативних вимог, конструкцій і будівельних матеріалів, методів будівництва, які застосовуються в тій чи іншій країні. 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 категорії – 10-16 поверхів, 2 категорії – 17-25 поверхів, 3 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.

2.2 Класифікація засобів розміщення туристів за UNWTO

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

До **колективних засобів** розміщення готельного типу 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.

UNWTO, **залежно від споживача готельних послуг** на сучасному ринку послуг гостинності 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*** орієнтований на широке коло споживачів, може мати різну кількість номерів. Прагне використовувати сучасні технології, знижуючи експлуатаційні витрати і притримуючись середнього рівня цін;

- ***апарт-готель*** (від 100 до 400 номерів) пропонує умови, аналогічні до мебльованих кімнат. Ціни коливаються залежно від сезону і умов розміщення. Орієнтований 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, орієнтовані 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 у менш привабливий період року коштує значно дешевше, ніж у сезон найбільшого попиту. Власник номера має можливість користуватися нерухомістю упродовж 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-апартамента таймшер-готелю, який знаходиться на морському узбережжі, може обміняти володіння цим номером на номер 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.

2.3 Типи готельних підприємств залежно від призначення

Готель – це будівля (чи комплекс будівель) зі складним цілодобовим технологічним процесом, в якому клієнтам гарантується надання номерів (або 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** проєктують і будують готелі:

- ***для постійного проживання*** – апарт-готелі надають майже домашні умови проживання своїм клієнтам, які перебувають у визначеному місці через переїзд сім'ї, тривале службове відрядження, відвідування семінарів. Більшість гостей винаймають номер надовго, отримуючи досить часто знижку залежно від терміну проживання.

Головна відмінність цих готелів – це велика корисна площа, яка доповнюється вітальнею 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.

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 проєктувалися 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) місцерозташування поблизу адміністративних, громадських та інших центрів міст без обов'язкової наявності зелених територій 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 з 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'язкова 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 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 у 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 ігрові приміщення для дітей, в т.ч. і під наглядом персоналу, для спортивно-оздоровчих занять і розваг. У номерному фонді повинна бути передбачена система об'єднання житлових номерів.

Туристсько-екскурсійні готелі призначені для туристів, які відпочивають активно. Їх будують як у містах, так і за їх межами, поблизу об'єктів туристської привабливості, у місцях із хорошими 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, вод-

них, 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.

У проміжних пунктах туристичних маршрутів створюються *туристичні станції* із терміном перебування від 3-х до 5-ти діб, переважно у 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.

2.4 Спеціалізовані готелі

Серед спеціалізованих готелів особливе місце посідають:

1. Засоби розміщення для автотуристів:

o ***мотель*** – порівняно новий тип готелю, батьківщиною якого є США. Спочатку це були досить примітивні споруди (на початку XX 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. 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.

Залежно від місцевості відстань між мотелями може бути різною: на рівній спокійній трасі, де автотурист може пересуватися 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. 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-ти 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. Всі 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 кемпінгах 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 хороший 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. Крім 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 у мальовничих місцях.

2. Готельні комплекси для водного туризму. 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 англійського boat – човен, hotel – готель) – це сезонні або цілорічні заклади, які розташовані на березі в початкових чи кінцевих зонах маршруту через 150-200 км. 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 на маршруті через 70-100 км. 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 м^2/місце, а ботокемпінгів – 100 м^2/місце (з дещо скороченим набором споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів);

- ***флотель*** – «курорт на воді», плаваючий мотель, що є спеціально обладнаним судном, яке складається із плаваючих корпусів різного призначення. Туристам надаються комфортні номери-каюти, послуги активного відпочинку (риболовля, човни, підводний спорт, вишки для стрибків у воду, басейни тощо), зали для перего-

ворів, конференцій, конгресів, засоби зв'язку, численні бари та ресторани. В зимовий період використовується як готель у межах міста. Основу формування флотелю складають плавучі корпуси місткістю 100-200 місць, розташовані на кількох дебаркадерах із обслуговуванням 25-30 суден. Розміщуються на маршруті через 50 км. Флотель надає відпочиваючим широкий вибір послуг;

- ***флотокемпінги*** – готелі із 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.) і потрібно передбачити такі зони: готельного корпусу, рекреації та спортивних майданчиків, техобслуговування та ремонту плавзасобів.

Всі зони комплексу повинні містити мінімальний набір приміщень з найменшими показниками площ. Для флотелів і ботелів норма житлової площі порівняно нижча від норм у готелях і складає: одномісний номер – 7 м^2, двомісний – 9 м^2, тримісний – 14 м^2. На флото- і ботокемпінгах норма житлової площі приймається 3,75-4,5 м^2/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. Наприклад, в 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, ресторани, бари, концертні зали, дансинг тощо. Деякі флайтелі обіцяють туристам відпочинок на повітряних кулях різного об'єму і прогулянки на дирижаблях. Є при флайтелях і аеростати для повітряних та 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 з 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) орієнтовані 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 ма-

ють каміни і сауни. До послуг туристів човни, рибальське приладдя, лижне спорядження.

У світовій практиці готельної індустрії варто також виділити шале та бунґало. **Шале́** (від французького слава «шалет») – це сільський будиночок в горах. Шале як тип готелів вперше виник у Швейцарії. **Бунґало** – 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?

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 UNWTO? 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.

Тести для самоперевірки

1. За визначенням UNWTO, засіб розміщення – це будь-який об'єкт, який регулярно чи епізодично надає туристам .....

а) місце для ночівлі; б) місце для проживання;
в) місце для перебування; 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; б) номер;
в) кімната; г) туристський притулок;
д) намет.

4. За класифікацією UNWTO, всі засоби розміщення поділяють 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 діляться на розташовані .....*

а) в сільській місцевості; б) в приміській місцевості;
в) при вокзалах; г) в місті (в центрі, на околицях);
д) в гірській місцевості.

7. Як поділяються готелі за способом надання харчування клієнтам?*

а) забезпечують харчування; б) надають тільки сніданок;
в) забезпечують напівпансіон; г) не пропонують харчування;
д) забезпечують повний пансіон.

8. Як називається засіб розміщення, призначений для туристів, які подорожують автотранспортом?

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 з трейлером;
д) мотоциклом або велосипедом.

10. Як називаються готелі, призначені для власників літаків?
а) ротелі; б) флотелі; в) флайтелі; г) флотокемпінги.

11. Як називаються 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?
а) ротелі; б) флотелі; в) ботелі; г) ботокемпінги;
д) флотокемпінги.

12. «Марина» - це 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. Яким вимогам повинні відповідати готелі для відпочинку?*
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. Якими рисами характеризуються транзитні готелі?*
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. Як поділяються готелі для відпочинку?

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. Як називається сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами?

а) котеджі; б) флотелі; в) бунгало; г) шале; д) пансіони.

17. Якими особливостями характеризується таймшер?*

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…*

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;

д) готелі з наплавних споруд, які розміщуються на маршруті через 20-25 км.

19. Як називається сільський будиночок в горах?

а) котедж; б) флотель; в) бунгало; г) шале; д) пансіон.

20. Від яких чинників не залежить поверховість готелів?

а) економічних;

б) містобудівних умов;

в) кліматичних умов;

г) нормативних вимог;

д) конструкцій і будівельних матеріалів;

е) соціальних умов;

є) методів будівництва будівель.

ТЕМА 3. СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ У СВІТІ

3.1 Проблеми створення міжнародної класифікації готелів.
3.2 Особливості американської класифікації готелів і мотелів.
3.3 Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу.
3.4 Класифікація готелів в Україні (в радянські роки).
3.5 Сучасна класифікація готельного господарства України.

3.1 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 найпоширеніша 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, комфортності номерів, місцем розташування тощо.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) у 1972 р. спробувала покласти кінець цьому «параду зірок» і запровадити універсальну систему класифікації готелів. Секретаріат UNWTO виніс на розгляд міжнародним готельним компаніям новий перелік правил для визначення «зірковості» готелів. Згідно з цією класифікацією, готелю 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 проєктування 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 са́ме 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 ($м^2$), частка одномісних (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, мінібарів, мінісейфів 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, досконаліть 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», «досвідчений персонал».

У кожній окремій державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по-різному. Саме ця обставина, а також культурно-історичні і національні традиції держав перешкоджають введенню в світі єдиної класифікації готелів. У цьому напрямі залишається безрезультатною діяльність Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Комітету готельної та ресторанної індустрії ЄС, Міжнародної готельної асоціації (МГА).

Авторитетна в готельному бізнесі фірма BTI (Business Travel International) видає щорічний довідник, у якому показано вартість розміщення в готелях бізнес-класу різних країн. Відповідно до класифікації BTI, всі готелі поділяються на 9 розрядів: 5 вищих і 4 нижчих. До перших належать:

✓ *Superior Deluxe* – виключно готелі класу люкс, що пропонують найвищий стандарт проживання, послуг і зручностей;

✓ Deluxe – надає аналогічні за характером послуги, що й готелі класу Superior Deluxe, але без надмірного їх задоволення, лише відповідно до мети задоволення потреб клієнта;

✓ *Moderate Deluxe* – готелі цього розряду не мають такої високої репутації, як попередні. Основні їх характеристики схожі;

✓ *Superior First Class* – готелі вищі за середній клас;

✓ *First Class* – комфортабельні готелі зі стандартними номерами, місцями для проведення загального дозвілля і стандартним набором зручностей.

До нижчих розрядів відносять класи *Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, Moderate Tourist Class*.

BTI наголошує, що ця класифікація може відрізнятися від національної системи класифікації, а її стандарт не відповідати стандарту, прийнятому в тій чи іншій країні.

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»* або «*ключів*», характерна для Великобританії та ін.

3.2 Особливості американської класифікації готелів і мотелів

На відміну від інших країн, в США немає єдиної офіційної, затвердженої урядом класифікації готелів. На думку американських фахівців, розвиток низки готелів зі своїми стандартами та система перевірок є чудовою гарантією якості. Ініціатором появи служб, що займаються оцінкою якості обслуговування (Rating Servise), є *Американська автомобільна асоціація* (ААА). Оцінка якості, що проводиться ААА, дозволяє підприємству бути внесеним у той чи інший довідник, популярний серед подорожуючих. Вищий статус присуджується двома установами: American Automobile Association, що ділить готелі за так званими «діамантами», і Mobile Travel Guide, асоціацією, пов'язаною з організацією поїздок, за системою «п'ять зірок».

Проте найпоширеніша класифікація **за функціональним призначенням**, або за тим, наскільки обслуговування задовольняє економічні та соціальні потреби туристів. Відповідно до цього готелі поділяються на комерційні, мотелі, курортні і для проведення ділових зустрічей. Окрім того, в США готелі класифікують за терміном перебування від 1 до 7 днів, для постійного проживання, курортні готелі.

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, курортними, казино (в одному із центрів ігрового бізнесу), аеровокзальними, автострадними.

За розміром готелі США поділяють на 4 категорії: до 150 номерів, від 150 до 299, від 300 до 600, понад 600.

За типом виділяють готелі: люкс, мотелі, курортні готелі, таймшер-готелі.

Традиційно **рівень обслуговування** визначається трьома категоріями: люкс, середній та економічний. Формулювання характеристик досить загальні: наприклад, для готелів «люкс» обслуговування визначається як: «висока якість, добре навчений персонал для виконання будь-яких побажань гостей, елітарні умови

проживання, дороге оздоблення приміщень»; для готелів середнього класу передбачені «широкий набір послуг, персонал для усіх видів послуг, дорогі меблі та обладнання, великий вестибюль, ресторани», а економічний клас пропонує обмежений рівень обслуговування та кваліфікації персоналу, просте та швидке обслуговування.

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

1) «*люкс*» – з 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 отже, й ціни;

3) *невеликий затишний готель*, призначений для тих клієнтів, які потребують більше персональної уваги за помірними цінами.

3.3 Підходи до класифікації готелів у різних країнах світу

Головним завданням підприємств гостинності є забезпечення комфортних умов проживання. Поняття готельного комфорту включає різні аспекти: *фізичний комфорт* для клієнта готелю виявляється у можливості задовольнити свої потреби у сні, їжі, чистоті; *соціальний комфорт* – у забезпеченні умов для задоволення інформаційних і культурних потреб гостя; для підтримання *емоційного комфорту* гість потребує красивої, естетичної обстановки, атмосфери ввічливості та люб'язності з боку обслуговуючого персоналу. Отже, **комфорт** закладу гостинності – це сукупність умов і зручностей, що забезпечують гостеві можливість найбільш повно та якісно задовольнити потреби його життєдіяльності у подорожі. Залежно від того, наскільки повно та якісно підприємство забезпечує гостям задоволення їх потреб, визначається його **рівень комфорту та сервісу**.

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.

У світовій практиці існують два підходи до класифікації засобів розміщення:

– ***офіційний*** – на підставі визначених органами державного управління стандартів щодо визначення категорій;

– ***неофіційний*** – системи стандартів формуються спеціалізованими спілками готелярів та експертними організаціями.

Найбільшої популярності у світі набула зіркова класифікація готелів, яка часто виступає своєрідним еталоном при порівнянні з іншими системами. Проте норми присвоєння зірок можуть істотно відрізнятися в різних країнах світу: наприклад, готель категорії 4* в одній країні може не відповідати навіть 3* в іншій, через те, що в деяких країнах присвоєнням зірок займаються спеціальні комісії, а в інших – все організовано на більш вільному рівні або не організовано зовсім, в результаті чого власник готелю може приписати стільки зірок, скільки вважатиме за потрібне. Максимальною категорією за цією системою є 5*. Присвоєння деякими готелями Дубаю 6, 7 і більше зірок – це маркетинговий хід для підкреслення ексклюзивності, неперевершеного сервісу і презентабельності відпочинку в ньому.

У системі European Hospitality Quality до звичних 5-ти зірок додаються назви, наприклад, готелям 4* присвоюється категорія *First Class*. Крім цього, додаються проміжні категорії з маркером *Superior*, що присвоюються за певні додаткові послуги, які пропонує готель, але їх недостатньо для переходу на наступний рівень. *Superior Luxury* присвоюється за позитивний міжнародний імідж готелю, який приймає більшу частину іноземних гостей.

У **Франції** норми і процедура класифікації готелів затверджені ще в 1986 р. У стандартах категоризації виділяють два типи підприємств: ***туристичні готелі***, де передбачено щонайменше 5 місць, та ***туристичні резиденції*** (не менше 100 ліжок). У першій групі пропонують виділяти шість категорій: від найнижчої «без зірок» до найвищої «4+L» (de Luxe або Palace). У групі «туристична резиденція» встановлено категорії від 1 до 4 зірок.

Для визначення категорії у французькій системі категоризації готелю враховуються такі основні **критерії**:

– *кількість номерів* (мінімальна кількість номерів у готелі становить від 5 до 10 залежно від категорії);

– *громадські приміщення* (мінімальна площа холу залежить від кількості номерів і категорії, чітко встановлена норма необхідної площі громадських приміщень для великих готелів та ін.);

– *загальне обладнання готелю* (обов'язкові гаряча і холодна вода, телефон, кондиціонер);

– *житлова частина* (необхідність захисту приміщень від світла з використанням завіс, жалюзей; акустичний комфорт; визначена мінімальна площа номерів, санітарне обладнання, площа ванних кімнат, освітлення та ін.);

– *персонал* (необхідність знання мов, кваліфікації, форменого одягу та ін). Усі вимоги мінімальні й обов'язкові до виконання.

Таблиця 3.1

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

Параметри	*Одиниця виміру*	*1**	*2**	*3**	*4**	*4* Люкс*
Кількість номерів	од.	не < 7	не <7	не < 10	не < 10	
Площа холу	$м^2$	9	30	30	30	150
Мінімальна площа: одномісного/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 телефоном	%			100	100	100
Гараж для автомобілів гостей	так/ні			×	×	×
Ресторан у готелях	так/ні	×	×	×	×	×
Сніданок в номер	так/ні			×	×	×
Вентиляція в номерах				×	×	×
Знання іноземних мов працівниками служби прийому	кількість		1	2	2	3

Французькі вимоги до категорії готелів (див. табл. 3.1) чітко не регламентують такі аспекти оцінки готелів, як вимоги до умеблювання номерів, наявності телевізійного та радіообладнання,

дрібного інвентаря, не встановлюють специфікацій щодо обладнання санітарних вузлів, перелік додаткових послуг. Висновок про відповідність перерахованих характеристик вимогам певної категорії покладається на експертів і фахівців у готельній сфері, які проводять класифікацію засобів розміщення і дотримуються принципу – *загальне призначення готелю* – надання послуг гостинності зумовлює тип оснащення приміщень.

Класифікацію готелів у Франції проводять службовці державної адміністрації у справах туризму, уповноважені рішенням Комісара Французької республіки, на добровільних засадах відповідно до заявки власника.

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

Польська система класифікації засобів розміщення є однією з найновіших в Європі, створена у 2001 р. в межах плану підготовки до вступу в Європейський Союз та орієнтації туристичної галузі на європейський рівень обслуговування.

Вимоги до оснащення, кваліфікації персоналу та переліку послуг, у тому числі послуг харчування, для кожного типу готельних підприємств затверджені міністром економіки. Регламент і склад комісії, яка має право оцінювати відповідність готельних підприємств встановленим вимогам, визначає воєвода кожного воєводства. На категорії поділяються готелі та мотелі, пансіонати, кемпінги, будинки відпочинку, молодіжні туристичні бази, а також встановлюються мінімальні вимоги до приватних приміщень, які здаються в оренду для проживання туристів.

У **Німеччині** відсутня державна система класифікації засобів розміщення, категоризацію здійснюють приватні фірми, що видають путівники, а також готельні корпорації. Використовуються також регіональні системи класифікації. Категорія позначається зірками від 1 до 5, а висновок щодо призначення категорії приймається на основі моніторингу групи стандартних запитань.

Згідно з **німецькою класифікацією**, готельні підприємства поділяються на 5 класів. З метою гармонізації з Європейською системою тут відразу передбачається відповідність кожного класу певній кількості зірок: *Tourist* (туристський клас) – 1*; *Standart* (стандартний клас) – 2*; *Komfortabel* (комфортний клас) – 3*; *Erste Klasse* (перший клас) – 4*; *Luxus* (люкс) – 5*.

Разом із мінімальними обов'язковими критеріями (налічується 22) для кожної категорії додається додатковий перелік послуг та обладнання і їхня бальна оцінка, з яких можна набрати певну кількість балів визначену для певної категорії. Стосовно вимоги щодо додаткових послуг, то встановлена така їхня кількість: для готелів туристичного класу – 0; стандартного – 25; комфортного – 70; першого класу – 120; класу «люкс» – 270.

В **Австрії** нормативні вимоги до готелів різних категорій встановлені у 1990 р. Об'єднанням підприємств готельної та відпочинкової сфери Австрії (Директиви для класифікації підприємств готельної та відпочинкової галузі, за винятком будинків з апартаментами, що не надають послуг).

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, де бажаючі можуть переночувати, але будь-які особливі зручності їм не гарантують. Готелі Австрії класифікуються *залежно від рівня комфорту* за п'ятизірковою системою. На перший погляд, готелі 3-5-зіркової категорії мало відрізняються між собою (більшість із них мають басейн, сауну, солярій, ресторан, буфет). Подібність посилюється поширеним в Австрії «романтичним стилем» у декорі інтер'єрів. Готелі категорії 4 і 5-ти зірок, порівняно з тризірковими, виправдовують свою класифікацію завдяки більшій площі кімнат та різноманіттю послуг, що надаються.

Готелі в Австрії класифікуються *за розміром засобів розміщення*. Встановлено, що величина споруди впливає на економічні показники її використання, тому витрати на персонал, рекламу, оренду, коефіцієнт використання потужностей готелю зростають зі збільшенням розміру підприємства готельного бізнесу.

З точки зору *тривалості туристського сезону*, австрійські готелі підрозділяються на: цілорічні, двосезонні, односезонні.

Ще існує розподіл австрійських готелів залежно від їх *місця розташування*. Таке розмежування робиться через встановлений в країні різний рівень цін за проживання у готелях однієї категорії залежно від того, де вона розташована – у Відні чи інших містах, наприклад у Зальцбурзі.

У сільській місцевості зустрічаються так звані «позакатегорійні готелі» – невеликі одно-, дво- і триповерхові будинки, які здебільшого обслуговуються фермерською сім'єю.

Класифікація готелів **Великобританії** досить складна. Як правило, на фасаді зображені не зірки, а корони. Щоб перевести категорію готелю з «мови корон» на «зіркову», потрібно від загальної кількості «корон» відняти одну.

Але найбільш поширеною 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'язковою 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.

Цікавий досвід з класифікації та оцінки якості обслуговування у готелях і ресторанах *Автомобільною Асоціацією Великобританії*. Обов'язкова класифікація включає 5 категорій зірок чорного та червоного кольорів. Кожне підприємство анонімно інспектується щорічно за спеціальними критеріями. Цю роботу виконують добре підготовлені інспектори, які регулярно і ретельно обстежують будівлі готелів. Заселившись на одну добу під виглядом звичайного клієнта та отримавши вранці рахунок, інспектор відрекомендовується 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-єї до 5-ти чорного кольору. Вони характеризують відповідність закладів гостинності єдиним прийнятим в країні стандартам. Крім 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.

Асоціація готелів **Скандинавії** (Данія, Швеція, Норвегія) має свою міжнаціональну класифікацію. Вона побудована за французьким або 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.

Сертифікація готелів в **Болгарії** обов'язкова, завдяки чому якість обслуговування чітко відповідає заявленим зіркам. За дотриманням цих вимог стежить Міністерство економіки Болгарії, воно ж займається класифікацією готельного сектора і присвоює класи готелям від 3 зірок і вище. Муніципалітети уповноважені сертифікувати тільки готелі 1-2 зірок.

Більше того, «зірки» в Болгарії присвоюються не тільки готелям, але і мотелям, кемпінгам, апартаментам, що здаються в оренду. Для кожного варіанта розміщення передбачений кінцевий поріг «зірковості»: наприклад, мотелі, приватні готелі і апартаменти в Болгарії не можуть мати більше 3 зірок. Кемпінги та сільські будиночки, в свою чергу, оцінюються в межах 1-2 зірок.

Як в будь-якому курортному місці, в Болгарії поширені два варіанти розміщення: готелі і приватний сектор. Здебільшого це старі готелі (т.зв. спадщина соціалізму), лише недавно реконструйовані і обладнані за європейським зразком. Деякі готелі в найпопулярніших курортних районах країни стали власністю великих готельних мереж і мають заслужені 4-5 * на фасаді.

Класифікація готелів **Італії** досить заплутана; офіційної «зіркової» шкали в країні немає. Готельна база країни представлена 40 тис. готелів, розкиданих по всій країні. Зазвичай італійські готелі невеликі за розмірами (50-80 номерів). Згідно з прийнятими в Італії нормами, готелі диференціюються за трьома категоріями: першу категорію умовно можна віднести до 4*; другу – до 3*; третю – до 2*. Крім того, в межах кожної категорії існує своя довільна градація. Категорія «п'ять зірок», тобто «вища», у зв'язку з високим оподаткуванням, яке залежить від категорії готелю, у країні відсутня.

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.

Іспанська офіційна система також встановлює додаткову класифікацію та вимоги щодо засобів розміщення *залежно від місця розташування* та сезонності роботи, враховуючи такі критерії:

- розташовані на пляжі;
- розташовані у горах;
- розташовані на вокзалах;
- сезонного режиму роботи;

- із забезпеченням послуг харчування;
- мотелі.

Засоби розміщення, що входять до цих додаткових категорій, у рекламних та інформаційних матеріалах повинні зазначати додаткову інформацію – відстань до моря, мінімальну висоту над рівнем моря для готелів у горах (встановлені більш ліберальні нормативи до обладнання та параметрів номерів). Для мотелів визначено достатньо широкий набір додаткових вимог, наприклад, розташування номерів в окремій будівлі чи з окремими входами; наявність окремого для кожної будівлі гаражу; обов'язкова освітлена вивіска з інформацією щодо кількості вільних місць біля автомобільної траси; цілодобова робота закладу харчування та ін.

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».

У **Греції** користується популярністю «буквена» система класифікації, хоча на фасадах готелів можна побачити і звичні зірки. Всі грецькі готелі поділяються на чотири категорії: A, B, C, D. Готелі категорії «A» відповідають чотиризірковому рівню, «B» – тризірковому, «C» – 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 «C» (2*) пропонують мінімальний набір послуг і розташування не на узбережжі моря. Готелі категорії «B» (3*), якщо знаходяться в курортній зоні, то майже завжди – на морському узбережжі. Готелі категорії «A» (4*) характеризуються вищим рівнем обслуговування і розташовуються у відомих курортах.

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

Класифікація готелів на курортах **Туреччини** ідентична до визнаної у всьому світі – представлені комплекси різної зірковості

від 1 до 5-ти. Вілли та мотелі, які також часто користуються попитом, поділяються на два *класи*: перший і другий.

При виборі готелю для відпочинку в Туреччині потрібно звертати увагу на рік введення у експлуатацію будівлі та цінову політику. П'ятизірковість готелю на курортах Середземного та Егейського морів не є обов'язковою запорукою безумовної якості послуг. В Туреччині часто тризіркові готелі можуть бути на рівні із п'ятизірковими. Це зумовлено довгою процедурою сертифікації, яку не кожен готель бажає проходити і підтверджувати.

У готельно-відпочинковому бізнесі турецькі готельєри започаткували класифікацію послуг на території того чи іншого комплексу. Наприклад, під системою «all inclusive» розуміють безкоштовне харчування та напої виключно власного виробництва без обмежень, а «ultra all iclusive» – передбачає спиртні напої як власного виробництва, так і імпортні, а також додаткові послуги (від SPA-послуг до прокату різного спорядження, техніки тощо).

Найбюджетнішим варіантом для відпочинку в Туреччині є невеличкі пансіони, де практикують сніданки та обіди. Номери в пансіонах завжди чисті та охайні, хоча невеликі за розмірами. На територіях готелів і пансіонів можна знайти кемпінги.

В Туреччині також широко представлена мережа міжнародних готелів (зокрема, RIXOS Hotels, Majesty Hotels, Elegance, Papillon тощо), але найчастіше вони розміщені у ділових і курортних містах країни. Найбільше фешенебельних готелів розташовано у таких курортних зонах, як Фетхіє, Бодрум, Мармарис та Белек, Анталія.

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. Тим не менше, 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 біль-

шим комфортом, але й кращим місцерозташуванням і вищим рівнем обслуговування. Готелі найвищої категорії характеризуються особливим шармом і аристократизмом, відповідають всім встановленим вимогам.

Індійська система класифікації готелів також має п'ять категорій – від 1 до 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 максимальної оцінки: 1* – 100 балів, 2* – 150 балів, 3* – 210 балів, 4* – 260 балів, 5* – 290 балів.

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, надежать туристичні готелі, а до готелів 4-5*-ї категорії – «винні будинки» (jindian). При цьому китайські стандарти зовсім не поступаються європейським.

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

3.4 Класифікація готелів в Україні (в радянські роки)

Вперше класифікацію готельного фонду України було здійснено в 50-х рр XX ст. (4.02.1952 р.) у межах загальної для СРСР системи класифікації готелів і готельних номерів, 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 із 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 рр. XX ст. якісна характеристика готельного фонду СРСР істотно змінилася. Підвищилася комфортність новозбудованих готелів, до проєктів яких почали включати приміщення культурного, спортивного та розважального призначення: конференц-зали, басейни, сауни, бари, вар'єте. Значна увага приділялась комфорту (кондиціонування повітря, індивідуальна сигналізація, аудіо-, відеообладнання, системи автоматичного управління процесом обслуговування). Багато старих готелів було реконструйовано і переобладнано. Постала 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»,* яких 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 таких 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 встановлювали телефони, телевізори, холодильники без урахування розміру площі, особливостей інтер'єру.

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» застосовував іншу класифікацію засобів розміщення за рівнем комфорту – «*first class*», «*international class*». За цією системою всі готелі поділялись на 2 типи: для короткочасного 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.

3.5 Сучасна класифікація готельного господарства України

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 й категорії, але офіційної системи їхньої класифікації не існувало.

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 надання 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 відповідно до підвищення рівня якості послуг. Готелі класифікуються за п'ятьма категоріями, мотелі – за чотирма.

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 (див. додаток Б). У ньому наводяться показники, які описують різні вимоги до території, будівлі, облаштування номерного фонду, сервісу, організації харчування, до персоналу (загалом 134 параметри). У такий спосіб перевіряється відповідність готелю певній категорії, особливо, коли готель має намір пройти сертифікацію та одержати офіційне підтвердження своєї зірковості або підвищити категорію.

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 UNWTO спробувала запровадити універсальну систему класифікації готелів? Чому 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. Які особливості американської системи класифікації готелів і мотелів.

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

7. Охарактеризуйте особливості грецької та німецької систем класифікації готелів.

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

9. Висвітліть особливості класифікації готелів Туреччини.

10. Опишіть етапи створення класифікації готелів в Україні.

Тести для самоперевірки

1. Що таке «класифікація готелів»?

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. Коли UNWTO запровадила універсальну систему класифікації готелів?

а) 1970 р.; б) 1972 р.; в) 1980 р.; г) 2000 р.

3. Скільки систем класифікації готелів діє сьогодні у світі?

а) близько 30; б) близько 40; в) понад 35; г) 25.

4. В яких країнах немає офіційної системи класифікації готелів?*

а) Україна; б) США; в) Росія;
г) Японія; д) Великобританія; е) Франція.

5. Що виступає основним критерієм класифікації готелів у всіх країнах?

а) місце розташування; б) рівень комфорту;
в) якість обслуговування; г) інженерно-технічне устаткування;
д) рівень підготовки персоналу.

6. На які групи поділяють головні критерії класифікації готелів за рівнем комфорту?

а) статистичні і динамічні; б) якісні і кількісні;
в) динамічні і статичні; г) механічні і динамічні.

7. Динамічні показники комфорту визначаються …

а) на етапі проєктування 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. Які підходи сформувались у міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг готелів на сучасному етапі?*

а) системний; б) якісний; в) математичний;
г) ментальний; д) кількісний.

9. У США немає єдиної офіційної системи класифікації готелів. Ким присуджується найвищий статус готелям?*

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. Які типи готелів існуватимуть у недалекому майбутньому в США?*

а) готелі класу «люкс»; б) готелі бізнес-класу;
в) готелі середнього рівня; г) апарт-готелі;
д) невеликі затишні готелі.

11. Яка система класифікації готелів найпоширеніша у світі?

а) індійська; б) німецька; в) французька;
г) грецька; д) китайська; е) американська.

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. Який тип готелів переважає у Франції?

а) готелі економкласу; б) готелі середнього класу;
в) готелі класку «люкс»; г) чотиризіркові готелі.

14. Коли була створена класифікація засобів розміщення у Польщі?

а) в середині XX ст., б) наприкінці XX ст.;
в) у 2001 році; г) у 2020 р.

15. За 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. Як класифікуються готелі Австрії залежно від рівня комфорту?
а) за п'ятизірковою системою; б) без категорій;
в) за коронами; г) за бальною системою.

17. Як перевести категорію англійських готелів з «мови корон» на «зіркову мову»?
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. Що зображають на фасадах англійських готелів?
а) напівсонця; б) корони; в) піраміди; г) сніжинки.

19. Особливістю класифікації британських готелів є …*
а) використання корон (чи зірок) чорного і червоного кольорів;
б) кожне підприємство інспектується щорічно;
в) інспектує готелі Автомобільна Асоціація Великобританії;
г) категорія готелю присвоюється на 5 років;
д) присвоює категорію готелеві Асоціація британських турагенцій.

20. Яким символом позначається клас готелів у скандинавських готелях?
а) напівсонцями; б) зірками; в) місяцями; г) сніжинками.

21. Який «поріг зірковості» передбачений для мотелів, приватних готелів і апартаментів у Болгарії?
а) не більше 3*; б) від 1 до 5*; в) 1-2*; г) не більше 4*.

22. Як називаються державні підприємства прийому туристів в Іспанії (старі фортеці, замки, палаци), обладнані як готелі «люкс»?
а) парадори; б) стабулярії; в) мансіонес; г) гостьові будинки.

23. Яку систему використовують при класифікації готелів Греції?
а) бальну систему (100, 200, 300, 400, 500 балів);
б) буквену систему (A, B, C, D);
в) зіркову систему (1*, 2*, 3*, 4*, 5*);
г) систему розрядів (I, II, III, IV, V);
д) систему корон.

24. Який показник беруть до уваги, обираючи готель у Туреччині?
а) на категорію готелю; б) на рік введення в експлуатацію;
в) на місце розташування; г) на тип харчування;

25. В індійській класифікації категорії готелям присвоюють на основі…
а) бальної оцінки готелів; б) якісної оцінки готелів;
в) кількісної оцінки; г) експертної оцінки готелів

26. До найпрестижніших готелів 4-5 категорії в Китаї відносять …*
а) «гостьові будинки»; б) «будинки для гостей»;
в) «постоялі двори»; г) «винні будинки».

27. Коли було здійснено класифікацію готельного фонду України (в межах загальної для СРСР)? Як поділялися готельні підприємства?*

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.

28. Коли почав діяти Міждержавний стандарт класифікації готелів в Україні, за яким готелі поділялися на 5 категорій, що позначалися «»?*

а) 1 січня 1990 року; б) 1 січня 1997 року;
в) 1 квітня 1980 року; г) 1 травня 1995 року.

29. Який стандарт було визнано міжнародним при класифікації готелів в Україні в 90-х роках?

а) російський державний стандарт; б) американський стандарт;
в) французький стандарт; г) європейський стандарт.

30. Коли був запроваджений Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів»?

а) 2004 року; б) 2000 року; в) 1980 року; г) 1995 року.

ТЕМА 4. ПРИЗНАЧЕННЯ ГОТЕЛІВ, ЇХ РОЗТАШУВАННЯ У СТРУКТУРІ МІСТА

4.1 Розвиток архітектурних форм будівлі готелю.
4.2 Сучасні архітектурні концепції готельних будівель.
4.3 Особливості вибору майданчиків для будівництва готельних комплексів.
4.4 Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста.

4.1 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 із розвитком суспільного життя. В періоди її розквіту створювалися будівлі зі складною і багатою формою, в періоди застою – практично єдиною формою було

примітивне укриття. Крім того, не всі наявні відомості про стан готельної справи в будь-яку епоху можуть бути доповнені планами і малюнками будівель постоялих дворів того періоду. Виходячи з описів, археологами найперших об'єктів розміщення – постоялих дворів, караван-сараїв, будинків для прочан, дорожніх інн-готелів тощо, можна зробити певні **висновки**:

1. *Внутрішні приміщення за їхнім функціональним призначенням* поділялись на житлові (кімнати для сну), громадські (холи, вестибюлі, коридори), підсобні (склади для зберігання товарів, конюшні), технічні (приміщення для підігрівання води в басейнах, 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* і обмежена кількість входів дозволяли за потреби витримати осаду, захиститися від грабіжників і розбійників, про що достеменно відомо з різноманітних письмових джерел. Тут же є 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 пожвавлених 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 подорожуючих задля розширення знань про світ і людську природу.

4.2 Сучасні архітектурні концепції готельних будівель

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

В міжвоєнні роки XX ст. в Німеччині використовувалось вирішення готелів у вигляді *складного масиву* – будівель з багатьма крилами у формі чотирикутників, підков та ін., що мало велике значення для скорочення комунікацій на поверхах, де розміщувались номери, проте не створювали якоїсь специфічної готельної просторової форми.

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

Більшість проєктувальників намагались знайти таку форму будівлі, щоб вона різко виділялась серед інших і мала архітектурну своєрідність. З цією метою проєктувались *висотні готельні будівлі*. Таке вирішення має безліч функціональних переваг: горизонтальні комунікації на поверхах відносно короткі; весь рух по вертикалі організований з допомогою ліфтів; розміщення номерів високо над вулицею ізолює їх від шуму, а також від забрудненого повітря. Це невигідно 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 і експлуатацію.

Готелі, розміщені в мальовничих місцях, найчастіше малоповерхові. Це дозволяє 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 багатоповерхівка, до того ж триповерховий готель ще можна сховати між деревами.

До цієї категорії відносять *мотелі*, які проєктуються у вигляді низьких будівель із врахуванням якомога тіснішого зв'язку житлових приміщень зі стоянкою автомашин чи гаражем. Будуються вони здебільшого на забудованій місцевості, тому немає потреби робити їх високими для дотримання певної художньої рівноваги з навколишніми будівлями.

Сьогодні існують дві **тенденції** у 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) вирішальні при виборі форми готельної будівлі.

Спочатку в США, а потім і в інших державах були створені проєкти і збудовані готелі, де блок житлових кімнат *мав форму Т чи Y*, приміщення загального призначення розташовані на першому поверсі позаду цього блоку, 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 Y*.

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

Вирішення житлових поверхів з двостороннім використанням коридору, безперечно, економічніше. 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. Проте в міських умовах вони не мають великого значення, 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 декілька 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.

4.3 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**.

Майданчик, обраний для будівництва готелю, повинен, насамперед, мати *достатню площу території* з урахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу та його ємності. Ділянка має

бути прямокутної форми і не більше ніж із двох боків, обмежуватися магістральними вулицями. Не варто розміщувати готельні комплекси на територіях із гострими кутами через ускладнення процесу проєктування і будівництва готельної будівлі.



Майданчик повинен *мати добру транспортну доступність, зручні зв'язки із центром міста і вокзалами*. Передбачається наявність вільних територій для облаштування 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 потребують окремого під'їзду 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 або сквер.

При проєктуванні готелів потрібно правильно використовувати рельєф і ландшафтне оточення для досягнення органічного зв'язку зовнішнього і внутрішнього простору. Особливо *доцільно розміщувати готелі на терасах, пагорбах*.

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) мають відповідати нормативним вимогам.

При виборі ділянки варто також враховувати наявність міських інженерних комунікацій (водогін, каналізація, електрокабель), можливість телефонізації і під'єднання до існуючих інженерних міських мереж із врахуванням їхньої потужності та розміщення, що значно знижує обсягу вартості будівництва готельних комплексів.

4.4 Тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста

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

У практиці проєктування і будівництва сучасних готелів сформувалися кілька **тенденцій**. Основні з них:

– *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 проєкт 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 вирішення 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 декілька характерних **прийомів** 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 (готелі «Верховина» у Чернівцях, «Харків» у Харкові та ін.), розташовувалися на центральних магістральних вулицях (готель «Буковина» у Чернівцях). Ця тенденція збереглася й до сьогодні. Практика експлуатації готелів показує, що найефективніше 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 їх будівництво і надалі здійснюватиметься в центральній частині міст.

Але вартість землі в центральних частинах міст постійно зростає і дедалі складніше виділити ділянку для будівництва. Виникає потреба зносити існуючі будівлі, що ще більше здорожчує нове будівництво. Ускладнені під'їзди, відсутні місця для будівництва стоянок, достатньо високий обсяг витрат тощо. У зв'язку з цим спостерігається тенденція **децентралізації міських готелів**. Готельні будівлі найчастіше розташовують в зоні, прилеглій до центру, де більше придатних для будівництва територій, вартість землі нижча, комфортність середовища вища, шумове забруднення відносно невелике. Таке розміщення найоптимальніше і найпоширеніше, проте в такому випадку дещо погіршується транспортна доступність готелів стосовно центру, але економічні показники ефективності будівництва набагато вищі.

Сучасні найкращі готелі – це багатофункціональні комплекси із готельним фондом, різноманітними залами (виставковими, банкетними, конференц- та ін.), харчовими блоками, враховуючи зростаюче суспільне значення готелів, у вітчизняній і зарубіжній практиці останніми роками спостерігається тенденція будівництва нових готелів як композиційних **центрів житлових районів і мікрорайонів.**

Розміщення готелів на «порозі» міста і за його межами має свою специфіку. Такі готелі, зазвичай, 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 гарна видимість будівлі на далеких підступах до неї.

Заміське розташування готелів породжує певні труднощі, пов'язані із доступністю центра 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.

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

Тести для самоперевірки

1. Де можуть розміщуватися готелі у планувальній структурі міста?*
а) в центрі міста;
б) на територіях, прилеглих до центру;
в) на порозі міста;
г) в центрі житлових районів і мікрорайонів;
д) на полях;
е) на території промислових підприємств;
є) за межами міста.

2. Де здебільшого споруджувалися великі готелі у повоєнний період?
а) у житлових мікрорайонах;
б) на порозі міста;
в) у центрі міста;
г) за межами міста.

3. Перевагами децентралізації мережі міських готелів є:*
а) більша кількість придатних для будівництва територій;
б) нижча вартість землі;
в) добра транспортна доступність;
г) наявність комунікаційних мереж;
д) вища комфортність середовища.

4. На кого орієнтоване розміщення готелів на порозі міста і за межами?
а) на іноземних туристів;
б) на пішохідних туристів;
в) на автотуристів;
г) на екскурсантів.

5. Які чинники визначають вибір ділянки для розміщення готелю?*

а) архітектурно-ландшафтні; б) політичні;
в) містобудівні; г) екологічні;
д) естетичні; е) інженерно-економічні.

6. Містобудівні чинники, що впливають на вибір ділянки для будівництва готельного комплексу, охоплюють ...*

а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості,
б) наявність природних компонентів на прилеглій 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 …*

а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості;
б) наявність природних компонентів на прилеглій 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 ...*

а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості;
б) наявність природних компонентів на прилеглій 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 …*

а) достатню площу території із врахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості;
б) наявність природних компонентів на прилеглій 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 Україні; б) у Криму;
в) в центральній частині України; г) на півночі країни;
д) на заході України.

ТЕМА 5. ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

5.1 Матеріально-технічна база та основні фонди готельного господарства.

5.2 Показники оцінки руху і стану основних фондів готельного підприємства.

5.1 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 в якості засобів 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 ідентичні.

Основними фондами (ОФ) є та частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю або частково зберігає свою натуральну форму, переносить свою вартість на послуги частинами у міру спрацювання й відшкодовує свою вартість у міру реалізації послуг.

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 беруть участь 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 допоміжними пристроями і дорожніми 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, музичні інструменти, техніка 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 будівлі 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 при їх використанні в процесі праці, а також від впливу природно-кліматичних умов. На фізичний знос будівель і споруд впливають такі **чинники**, пов'язані з 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 в сферу створення та будівництва готельних комплексів. Моральний знос можна ліквідувати у процесі капітального ремонту, реконструкції, модернізації та переобладнання готелів.

5.2 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 використанням 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. Пра-

вильно 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, термінів їх введення в дію та вибуття.

Середньорічну вартість основних фондів можна визначити за формулою

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

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. Покращення 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 фонді, 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, фондоємкості, рівня рентабельності.

Фондовіддача та фондоємкість 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, що 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

$$ФВ = \frac{P}{\overline{ОФ}},$$

де P – обсяг реалізованих послуг (виручка від реалізації послуг); $\overline{ОФ}$ – середньорічна вартість основних фондів (основної діяльності готелю).

У натуральному вигляді фондовіддача визначається так:

$$ФВ = \frac{M}{\overline{ОФ}},$$

де M – кількість місце-днів.

Зростання фондовіддачі свідчить про інтенсивний розвиток готельного господарства за рахунок впровадження вдосконаленого обладнання, нових форм організації праці, раціонального використання основних фондів.

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

$$ФЄ = \frac{\overline{ОФ}}{P}.$$

Показники фондовіддачі та фондоємкості доповнюються **фондоозброєністю**, яка характеризує вартість основних фондів у

розрахунку на одного працівника:

$$ФО = \frac{\overline{ОФ}}{\overline{N}},$$

де N – 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

$$КЕ_{ОФ} = \frac{\overline{П}}{\overline{ОФ}}.$$

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:

$$R_{ОФ} = \frac{\overline{П}}{\overline{ОФ}} \times 100\,\%.$$

Фондовіддача 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 фондовіддачі та рентабельності основних фондів характеризують з різних сторін ефективність використання основних фондів. Для її загальної оцінки доцільно визначити інтегральний показник використання основних фондів ($I_{ОФ}$):

$$I_{ОФ} = \sqrt{ФВ \cdot П},$$

де $ФВ$ – фондовіддача основних фондів, грн.; $П$ – 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 готе-

лями, 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

$$C_a = \frac{P_b \cdot N_a \cdot B_t}{100}$$

де C_a – нарахована сума амортизації, грн.; $P_в$ – 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:**

$$K_З = \frac{З}{ОФ},$$

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

Коефіцієнт придатності основних фондів ($К_п$) визначається шляхом ділення первісної вартості за винятком зносу на первісну вартість або шляхом віднімання від одиниці коефіцієнту зносу:

$$K_п = 1 - K_З.$$

Коефіцієнт придатності основних фондів показує частку їхньої залишкової вартості у первісній.

Коефіцієнт вибуття визначається відношенням суми вибулих основних фондів ($ОФ_в$) до суми ОФ на початок року ($ОФ_п$):

$$K_{виб.} = \frac{ОФ_в}{ОФ_п}.$$

Коефіцієнт вибуття показує, яка частка основних фондів, що були на початок звітного 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:

$$К_{о} = \frac{ОФ_{н}}{ОФ_{к}}.$$

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.

Тести для самоперевірки

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. Як поділяються ОФ за ознакою участі у виробничо-експлуатаційному процесі?

а) виробничі та невиробничі; б) пасивні та активні;
в) первинні та вторинні; г) моральні та фізичні.

4. До виробничих фондів належать:

а) засоби праці, які беруть участь у виробничо-експлуатаційному процесі;

б) засоби праці, які або беруть участь 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 беруть участь у виробничо-експлуатаційному процесі;

б) засоби праці, які або беруть участь 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 ОФ 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 ін. 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. Як поділяються основні фонди залежно від конкретної ролі в процесі надання послуг?

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…*

а) експлуатуються;

б) знаходяться в запасі (резерві);

в) перебувають на стадії добудови, дообладнання, реконструкції та часткової ліквідації;

г) законсервовані;

д) всі відповіді правильні.

13. Як поділяються основні фонди за формами власності?

а) виробничі та невиробничі; б) пасивні та активні;

в) первинні та вторинні; г) державні та приватні.

14. Як називається співвідношення вартості окремих груп основних фондів до їхньої загальної вартості, виражене відсотками?

а) структурою основних фондів; б) будовою основних фондів;
в) організацією основних фондів; г) сукупністю основних фондів.

15. Які види зносу основних фондів розрізняють?

а) фізичний і моральний; б) активний і пасивний;
в) первинний та вторинний; г) матеріальний і духовний.

16. Що розуміють під фізичним зносом основних фондів?

а) втрату ними своїх виробничо-технічних якостей у результаті використання в процесі праці та 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:*

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, пов'язані із придбанням ОФ, відображає…

а) повна первісна вартість; б) вторинна вартість;
в) повна відновна вартість; г) залишкова вартість;
д) реальна вартість.

20. Вартість ОФ 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. Що таке залишкова вартість основних фондів?

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 переоцінки;
г) вартість зносу основних фондів.

22. Амортизація характеризує…

а) процес планомірного накопичення грошових коштів для відшкодування зношених основних фондів;

б) вартість ОФ 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 ОФ готельного господарства визначається за допомогою системи показників, які об'єднуються у 2 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, відносять:*

а) показник фондовіддачі;

б) завантаженість номерного фонду;

в) показник фондоємкості;

г) співвідношення кількості зайнятих і вільних номерів;

д) рівень рентабельності.

РОЗДІЛ 2
ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ПРОСТОРУ ГОТЕЛЮ

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ГОТЕЛЮ

6.1 Організація прилеглої до готельних будівель території.
6.2 Характеристика основних блоків приміщень готелів.
6.2.1 Організація приміщень вестибюльної групи.
6.2.2 Характеристика приміщень житлової групи.
6.2.3 Блок приміщень харчування.
6.2.4 Організація адміністративних приміщень.
6.2.5 Приміщення господарського і складського призначення.
6.2.6 Організація приміщень ділового і рекреаційного призначення.
6.3 Роль інтер'єру й озеленення у формуванні іміджу готелю.
6.3.1 Складові частини комфорту внутрішнього простору готелю.
6.3.2 Умеблювання готельних приміщень.
6.3.3 Естетична організація середовища готелю.

6.1 Організація прилеглої до готельних будівель території

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 або 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 кількох 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 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 має проглядатися 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 заскленоною 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.

Наявність вентиляції в гаражі обов'язкова, а виходи забрудненого повітря повинні виноситися за територію. Можна передбачити викид забрудненого повітря через трубу, яка проходить через будівлю готельного комплексу, хоча це призведе до втрати певної частини корисної площі.

Зелені насадження і спортивні споруди при готельних комплексах. Дедалі частіше в проєктах 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 спроєктувати зелені насадження досить важко, оскільки значна частина ділянки готельного комплексу має тверде покриття і створення одного великого масиву зелені майже неможливе. Насадження дерев частіше передбачаються у вигляді ширм, які відокремлюють або затінюють ділянки різного призначення. Високі зелені насадження впродовж кількох місяців не виконують цієї ролі через відсутність листя. Хвойні дерева можуть тільки частково проєктуватися 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 представницьких готельних комплексів, оскільки витрати на влаштування та експлуатацію таких споруд досить високі по відношенню до кількості гостей, які користуються ними.

6.2 Характеристика основних блоків приміщень готельних комплексів

За функціональним призначенням у розвинутих готельних комплексах виділяють такі групи приміщень:

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

Усі вищезазначені блоки повинні бути пов'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).

6.2.1 Організація приміщень вестибюльної групи

Основною об'єднувальною ланкою всіх груп приміщень готелю є **блок приймально-допоміжних приміщень із вестибюлем.** Він створює перше враження про готель. У цих приміщеннях здійснюються: прийом, оформлення і розміщення приїжджих, розрахунки з ними, надання інформації щодо діяльності готельних служб, різноманітних заходів, подій, визначних місць, екскурсій, зберігання і транспортування багажу тощо.

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

Для кращої організації простору у вестибюлі 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 вестибюлях 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, гардеробу, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому. До *групи приміщень прийому* відносять: місце роботи чергового адміністратора, що веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень; каса, де клієнти оплачують всі надані послуги, автоматично зареєстровані на індивідуальних картках; портьє, 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.

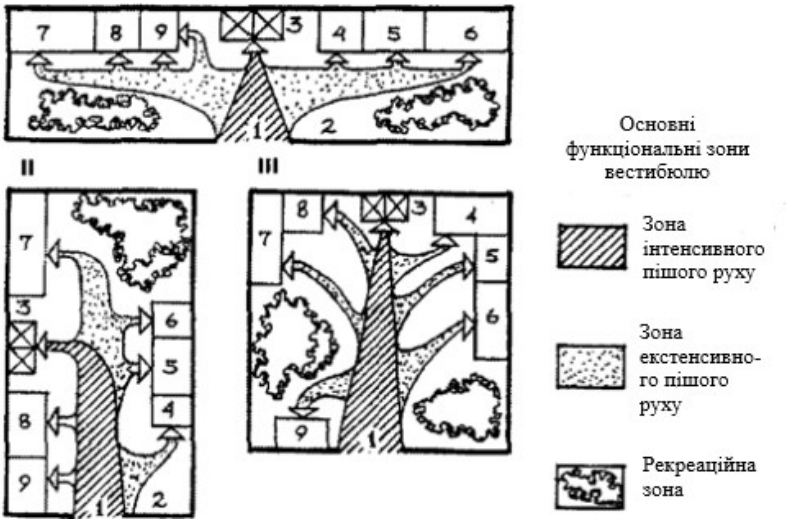


Рис. 6.1. Схеми функціональної організації приміщень вестибюльної групи: I – фронтальна, II – поздовжня, III – концентрична; (1 – вхід, 2 – приміщення вестибюля, 3 – ділянка вертикальних комунікацій, 4, 5, 6 – приміщення групи прийому, 7 – ділянка торгових кіосків, 8, 9 – ділянка поштово-телефонно-телеграфного зв'язку)

Розміщення функціональних зон може бути різним: *фронтальним, поздовжнім* і *концентричним* (див. рис. 6.1). Склад зон та їхня організація залежать від типу готелю. У чотири- та п'ятизіркових готелях передбачаються магазини і торгові кіоски. При вестибюлях 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 вестибюля повинно передбачати швидке орієнтування прибулих, зоровий контроль за відвідувачами і виключати можливі (в туристичних готелях) скупчення груп туристів.

Основними елементами вестибюля є головний вхід у готельний комплекс, вертикальні комунікації, що пов'язують вестибюль з 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 вестибюлі 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 декілька в кожній. Місця влаштування цих груп повинні забезпечувати найкоротші шляхи до номерів; у вестибюлі ліфти потрібно розташовувати так, щоб їх можна було легко знайти.

Коридори, як і вестибюль, залишають перше враження про готель. Ширина коридору розраховується так, щоб у ньому могли легко розминутися дві людини з валізами в руках (див. рис. 6.2). 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.

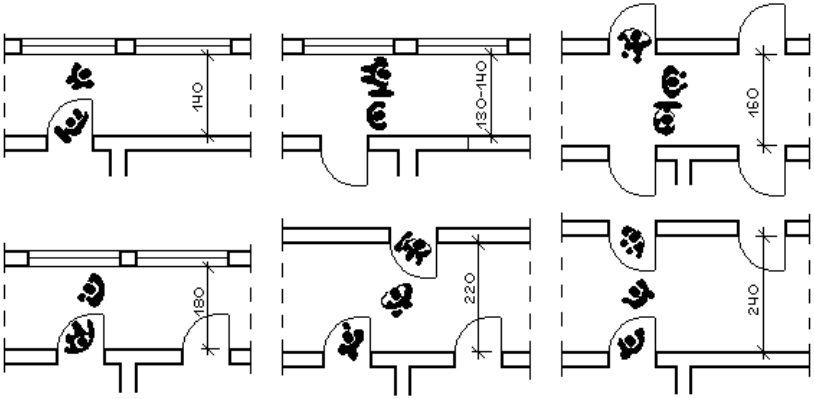


Рис. 6.2. Нормативні розміри ширини коридору залежно від організації входів до прилеглих приміщень

Стійка 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 береться з розрахунку 2,5 см на кожне місце в готельному комплексі. Для кращого орієнтування у просторі вестибюлю стійку оформлення акцентують різними декоративними засобами.

Камера схову служить для зберігання валіз та обладнується стелажами. Її розміщують поруч із вестибюлем, 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 м^2 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 вестибюлі 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 вестибюлі призначений для клієнтів, що тимчасово знаходяться в районі вестибюлю. Найчастіше він розміщується так, щоб відвідувачі ресторану могли ним скористатися.

У готельному вестибюлі 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.

6.2.2 Характеристика приміщень житлової групи

Блок приміщень житлової групи є основним 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.

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 проєктування і будівництва готелів, житлову частину проєктують 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 у будівлях готелів різної поверховості і протяжності. На основі прямокутних планів 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 в 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; в 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 виходять загальні галереї чи підсобні та допоміжні приміщення. Іноді у внутрішній 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* – окреме вмебльоване приміщення з однієї чи кількох кімнат, оснащене обладнанням та інвентарем для надання послуг з тимчасового розміщення.

Номерний фонд – загальна кількість номерів (місць) у засобі розміщення.

Тип номеру – сукупність загальних характерних ознак, притаманних номеру. Визначення різних типів номерів надано у ДСТУ 4527:2006 (див. додаток А).

Існують різні *критерії*, що враховуються при класифікації готельних номерів:

1) за кількістю місць в номері. Бувають номери одно-, дво-, тримісні тощо. У двомісному номері одночасно можуть проживати два гостя. Двомісний номер може мати два ліжка, які можуть стояти або поряд одне з одним, або окремо одне від одного; або мати одне двоспальне ліжко, призначене для подружніх пар:

- *одномісний номер* – номер, призначений для розміщення однієї особи та оснащений одним односпальним ліжком. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру SNGL, яка походить від англійського слова «single». (Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці);
- *двомісний номер з одним двоспальним ліжком* DBL *(*«double») – номер, призначений для розміщення двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком;
- *двомісний номер з двома односпальними ліжками* TWN («twin») – номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками;
- *багатомісний номер* – номер, призначений для розміщування трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які проживають.

2) *за кількістю кімнат в номері*. Номер може складатися з однієї, двох, трьох кімнат і більше;

3) *за рівнем комфорту* можна виділити такі типи номерів:

- *президентський апартамент* – номер із трьох і більше житлових кімнат, міні-кухні або кухонної ніші, одного повного та одного чи більше додаткових санвузлів для гостей; розрахова-

ний на проживання однієї-двох осіб. Номер має такі житлові кімнати: спальню, кабінет, вітальню або їдальню. Повний санвузол містить умивальник, ванну або джакузі, душ, унітаз, біде;

- *апартамент* – номер із двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів для гостей; розрахований на проживання однієї-двох осіб. Має такі житлові кімнати: спальню, вітальню або їдальню, або кабінет. Повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз;
- *люкс* – номер із двох і більше житлових кімнат та повного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. Має такі житлові кімнати: спальню, вітальню або кабінет. Повний санвузол містить умивальник, ванну або душ, унітаз;
- *дуплекс* – двоповерховий номер із двох і більше житлових кімнат із внутрішніми стаціонарними сходами, та повним санвузлом; розрахований на проживання однієї-двох осіб. Повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз;
- *напівлюкс; студіо* – номер з однієї житлової кімнати з плануванням, яке дає змогу використовувати частину приміщення як вітальню або місце для готування та приймання їжі, а також повного санвузла; розрахований на проживання 1-2 осіб. Повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз;
- *стандарт* (назва номера); *номер першої категорії* – номер із однієї житлової кімнати та повного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. Повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз;
- *номер другої категорії* – номер з однієї житлової кімнати та неповного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. У номерах другої категорії неповний санвузол містить умивальник та унітаз;
- *номер третьої категорії* – номер з однієї житлової кімнати і неповного санвузла; розрахований на проживання трьох і більше осіб. Неповний санвузол містить умивальник та унітаз;
- *номер четвертої категорії* – номер з однієї житлової кімнати з умивальником; розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- *номер п'ятої категорії* – номер з однієї житлової кімнати без санітарно-технічних зручностей, розрахований на прожи-

вання трьох і більше осіб. У готелях та аналогічних засобах розміщення, що мають номери п'ятої категорії санвузол розміщено на коридорі;

- *суміжні номери* – два і більше номерів, сполучені між собою дверима, які можуть мати спільний передпокій, спільний чи окремі санвузли.

4) 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 умеблюванням номерів, що позначається на ціні розміщення.

Найбільшого поширення в світовій практиці набули однокімнатні номери на 1 і 2 осіб. Відповідно до ДСТУ 4269:2003, мінімальна житлова площа однокімнатних номерів залежить від кількості місць і категорії готелю (див. табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Житлова площа однокімнатних номерів (без площі санвузла, коридора та балкона), в м^2

Місткість номера	Категорія готелю				
	1*	2*	3*	4*	5*
Одномісний	8	9	10	12	14
Двомісний	10	12	14	15	16
Тримісний	14	16	-	-	-
Чотиримісний	16	18	-	-	-

Для номерів готелів 1* і 2*, в яких кількість ліжок більша чотирьох, до площі чотиримісного номера додається на кожного наступного гостя 4,5 м^2. Допускається відхилення не більше ніж на 10% житлової площі номерів, за умови збільшеної площі інших частин номера (лоджії, коридора тощо) і (або) підвищеної функціональності меблів для готелів від 1* до 3*.

У вітчизняних готелях одномісні номери складають приблизно від 30 до 50% номерного фонду. У зарубіжній практиці в ділових готелях відсоток номерів на 1 людину доходить до 60-80%.

У туристських і курортних готелях у зв'язку із значним сімейним контингентом двомісні номери часто переважають і складають до 75-100% від загальної кількості номерів.

Зонування та вмеблювання номера. Останнім часом дедалі більше уваги приділяють планувальній організації номерів, їх умеблюванню й устаткуванню; вимоги до якості номерів встановлюють залежно від рівня комфорту готелю і категорії номера.

Сучасні номери, як правило, **складаються з**:

- житлової кімнати (або кімнат),
- передпокою,
- санітарного вузла.

Житлова кімната однокімнатного номера поєднує декілька функцій: її використовують для сну, роботи, для денного відпочинку, зберігання речей, їжі, прийому гостей. У зв'язку з цим архітектурно-планувальна організація номера повинна забезпечити можливість зручного розміщення всіх необхідних для цього меблів. Прийоми розміщення меблів залежать: від ширини номера, його житлової площі, розмірів простінків, системи опалювання і опалювальних приладів, їх розташування.

Для вмеблювання готелів використовують спеціальні готельні меблі, які характеризуються підвищеною міцністю, а також забезпечують зручність користування і прибирання в умовах частої зміни мешканців.

Залежно від характеру меблів і їх розміщення однокімнатний номер можна трактувати як кімнату денного перебування, яку вночі використовують як спальню, або, навпаки, як спальню, що трансформується в кімнату денного перебування. Останнім часом чимраз частіше номер розглядають як кімнату денного перебування. Для зручності проживання в номері меблі й устаткування необхідно розставити раціонально, щоб зонувати простір кімнати. У сучасному готельному номері зазвичай виділяють 3 основні **функціональних зони**: *зону для сну, робочу зону, зону денного відпочинку*. Залежно від призначення готелю одній із них віддають перевагу, наприклад, в номерах готелів для ділових людей перевагу віддають робочій зоні; у курортних – зоні денного відпочинку, яку поширюють також на літнє приміщення.

При розміщенні в номері меблів доцільно враховувати початкові габарити, які виявлені на основі антропометрії, зручності

проходу і прибирання, а також гігієнічних вимог, і визначають мінімально необхідні відстані між предметами меблів і між меблями і стіною (див. табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Норми розривів і проходів при вмеблюванні номера

Розподіл зв'язку між предметами меблів	Відстань, см	
	Розрив	Прохід
Ліжком і стіною	60	60
Двома ліжками, що стоять паралельно		60
Двома ліжками, що стоять одне за одним	10-40	
Ліжком і шафою		60
Торцем столу і ліжком	75	75-90
Торцем ліжка і столом	10	110
Столом і ліжком на протилежній стіні		90-100
Двома ліжками, поставленими біля протилежних стін		110-120
Кріслом і журнальним столиком	30	
Кріслом і стіною	20	60-80
Столом і стільцем	10	
Двома кріслами, що стоять поряд	30	
Стіною і письмовим столом	75	75-90
Стіною і предметами, що стоять біля неї	5	

У номері основним предметом вмеблювання як за своїм призначенням, так і за займаною площею є **ліжко**. Розташування ліжка (або ліжок) визначає розміщення решти предметів обстановки, а отже, і характер всього інтер'єру.

В світовій практиці виділяють такі **типи ліжок**:

- *односпальне ліжко (singl)* – стандартне ліжко для однієї особи з мінімальними розмірами 80 × 190 см*;*
- *збільшене односпальне ліжко (queen)* – збільшене ліжко на одну особу з мінімальними розмірами 90 × 200 см;
- *двоспальне ліжко (double)* – стандартне ліжко для 1 або 2 осіб з мінімальними розмірами 140 × 190 см;
- *велике двоспальне ліжко (king)* – велике ліжко для 1 або 2 осіб з мінімальними розмірами 160 × 200 см;
- *дитяче ліжко (children's bed)* – ліжко для дитини (до 2-х років) з високими бічними стінками;

- *додаткове ліжко (extra bed)* – ліжко, яке за потреби додатково ставиться в номер;
- *двоярусне ліжко (two-story bed)* – два ліжка, розташовані одне над одним та з'єднані драбинкою з відстанню до стелі від верхнього ліжка не менше ніж 75 см.

У одномісному номері розташування ліжка залежить від ширини кімнати і місця розташування дверного отвору. Мінімальна ширина приміщення – 3,1 м, і знаходження дверей в кутку кімнати дозволяє поставити ліжко паралельно до вікна; при меншій ширині його можна ставити тільки перпендикулярно до вікна, уздовж стіни.

У типовому двомісному номері може бути чотири основні прийоми розташування ліжок:

- паралельно до вікна і одне одного, торцями до стіни;
- перпендикулярно до вікна, уздовж стіни, одне за одним;
- біля протилежних стін паралельно одне до одного (по діагоналі);
- під кутом одне до одного.

Оскільки розстановка меблів залежить від ширини кімнати і розташування дверного отвору, можна за конфігурацією кімнати, її шириною і довжиною, розміщенням вікна і дверей визначити найбільш раціональний прийом розстановки меблів.

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.

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 має 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 господар-

ськими і складськими приміщеннями готельного комплексу, розташованими у підвальному, цокольному чи першому поверсі споруди. При розміщенні їх поряд із вантажопасажирським ліфтом кабіну 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 персоналу. При цих приміщеннях передбачають сміттєпровід, пиловловлювач (для очищення пилососів) або централізовану систему пиловидалення, білизнопровід або спеціальний ліфт для спуску брудної білизни у центральну білизняну.

У кімнаті для чергового персоналу розміщують письмовий стіл, стілець, 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. Іноді нею користується персонал. Це приміщення обладнують столом (або столами) для прасування одягу, умивальником, 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.

6.2.3 Блок приміщень харчування

Блок групи приміщень харчування. Підприємства харчування при готелях можуть бути *відкритими* (загальнодоступні, але з переважаючим обслуговуванням клієнтів готелю, мають доступ як з готелю, так і з вулиці) і *закритими* (обслуговують тільки клієнтів готелю).

Місця розташування закладів ресторанного господарства при готелі можуть бути різноманітними: на першому поверсі споруди; на поверхах; на даху; у вигляді літнього внутрішнього подвір'я, зимового саду чи оранжереї (система замкненого простору) тощо.

Нормативну місткість підприємств харчування і рекомендований тип закладу при готелі залежно від його категорії наведено у табл. 6.3.

У готелях категорії від 2* до 5* доцільно передбачати їдальні

і буфети для персоналу з розрахунку одночасної мінімальної посадки 30% найбільшої зміни в їдальнях і 2% – в буфетах. У готелях категорії 1* – відповідно 20% і 10%.

Таблиця 6.3

Типи і місткість підприємств харчування при готелях

Мінімальна кількість місць у підприємствах харчування (у % від місткості готелю)					
Тип підприємства харчування	*Категорія готелю*				
	*1**	*2**	*3**	*4**	*5**
Ресторан	–	60	75	90	95
Кафе	50	25	15	10	10
Їдальня	50	–	–	–	–
Буфет	10	10	5	5	–
Бар					
– при вестибюлі;	1	1	1,5	2	3
– на житлових поверхах;	–	–	5	10	10
– при басейні;	–	–	–	1	1
– при сауні;	–	–	–	2	2
– при спорткомплексі;	–	–	–	3	3
– при зальному комплексі	–	–	3	3	5

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 «цікавого» харчування. Їхній розвиток у туристичних і курортних готелях сьогодні досить перспективний.

Після ресторану найбільш поширеним типом підприємств харчування у готелях є **бар**. У світовій готельній індустрії великі готельні комплекси пропонують такі **види барів:** *лобі-бар* (вестибюльний бар), *ресторанний бар* (знаходиться на території ресторану), *допоміжний бар* (виконує функцію аналогічну функції поверхового буфету), *банкетний бар* (використовується виключно для обслуговування банкетів і конференцій), *бар біля басейну* (готелі, що спеціалізуються на обслуговуванні конференцій, ча-

сто організовують тут тематичні вечорниці), *нічні бари* (поєднують організацію споживання різних напоїв з кабаре або танцями), *спортивні бари* (розташовуються на території плавального басейну, фітнес-центру, залів для спортивних ігор тощо), *міні-бари* (маленькі охолоджувані бари у гостьових кімнатах для зручностей клієнтів щодо споживання будь-яких напоїв у будь-який час).

Більшість готелів має 1-2 бари, один з яких – *лобі бар*. Його можуть відвідувати як мешканці готелю, так і інші гості. Як правило, асортимент страв тут обмежений, перелік алкогольних та безалкогольних напоїв значно ширший і відображає концептуальність бару та алкогольну політику закладу ресторанного господарства готельного комплексу.

На поверхах та даху багатоповерхових готелів також можуть бути розташовані *поверхові бари*. Для їх розташування обирають зручні для споживачів місця, враховують мальовничі краєвиди із вікон зали бару.

Наявність *кафе* при готелі не обов'язкова, але більшість готелів визнають за краще мати поряд з ресторанами і невелике кафе, завдяки якому можна розширити асортимент десертних страв, кулінарних і кондитерських виробів, напоїв; запропонувати метод самообслуговування, що більше влаштовує споживачів з обмеженим часом на користування послугами закладів ресторанного господарства. В окремих випадках тут організовують харчування персоналу готельного комплексу. Зазвичай кафе розташовуються на перших, інколи – на вищих поверхах споруди.

Їдальні найчастіше зустрічаються в структурі курортних готелів. Вони пропонують своїм споживачам холодні закуски, перші та другі страви, мучні, кондитерські вироби, молочну продукцію, гарячі та холодні напої із вільним вибором страв. Послуги їдалень найчастіше пропонують готелі категорій 1*, 2*, хостели.

Їдальню для готельного персоналу бажано розташовувати поряд з виробничими приміщеннями ресторану. В залі їдальні можуть встановлюватися лінії прилавків самообслуговування або реалізовуватися комплексні раціони працівникам готелю.

Буфети – здійснюють продаж із споживанням на місці обмеженого асортименту холодних страв, бутербродів, напоїв, булочних і кондитерських виробів, солодких страв нескладного приготування. Допускається відпуск упакованої продукції на виніс, а

також реалізація продовольчих товарів.

Заклади 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 вестибюлем, роздягальнями, душовими, санвузлами.

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, вестибюль, гардероб. Готель з'єднується з рестораном і кафе через вестибюль 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 загальний вхід, вестибюль, гардероб і санітарні вузли. Це дозволяє скоротити площі цих приміщень і частково обслуговуючий персонал, проте не ізолює їх від сторонніх відвідувачів ресторану.

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. Але таке розміщення ускладнює конструктивно-планувальне рішення споруди, а також санітарно-технічне устаткування готельного комплексу: 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.

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 заскленими 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 іншими 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.

6.2.4 Організація адміністративних приміщень

Блок приміщень адміністрації розміщується здебільшого на першому або 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.

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

- *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 м^2 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.

6.2.5 Приміщення господарського і складського призначення

Блок побутових, підсобних і господарських приміщень є в готелях будь-якого типу. Вони виконують функції матеріального забезпечення організації праці всіх приміщень і служб готельного підприємства, а також необхідних ремонтних робіт. До них належать приміщення і підприємства 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 вестибюлю, 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, педикюрного, 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 (шкіргалантерейних виробів, годинників, електротоварів, верхнього одягу) обладнані спеціальними й універсальними меблями відповідно до тих функцій, які вони виконують. У приміщеннях пункту дрібного ремонту організовують зони очікування, розрахунку за замовлення, примірювання, прийому й видачі замовлення.

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

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 вестибюлем 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 м^2 на одне місце. Встановлена також норма на шафи (білизняні) у господарських кімнатах невеликих готелів – 0,06-0,04 м^2 на одне місце (див. додаток Г). Вони повинні бути самостійними, ізольованими одне від одного приміщеннями. Приміщення для *чистої білизни* розміщується поруч із вантажно-пасажирським ліфтом, кабіна якого відчиняється в бік блоку приміщень для обслуговування на поверсі. Може бути оснащене шахтопідйомником. Передбачається місце для ремонту і прасування білизни. Розміри білизняних кімнат визначаються будівельними нормами. Площі комор для чистої білизни встановлюються з розрахунку 4 м^2 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 скринею, що дозволяє проводити мокру дезінфекцію білизни; залишають місце для розбирання білизни. Комору розміщують поруч зі службовим ліфтом. Для спуску брудної білизни використовуються білизнопроводи 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.

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 із потребами готельної споруди, також організовуються автомайстерні у випадку, якщо комплекс має великі гаражі. Ця форма обслуговування найчастіше характерна для мотелів.

6.2.6 Організація приміщень ділового і рекреаційного призначення

Блок приміщень культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення передбачається в основному в туристичних, курортних і ділових готелях. Так, організація дозвілля і відпочинку туристів, що перебувають поза домом короткочасно (до 3 днів), потребує скороченого переліку відповідних приміщень. До їхнього складу **включені** 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 розсувні перегородки, за допомогою яких змінюють кількість приміщень, їх габарити та місткість залежно від конкретних потреб.

Зали багатофункціонального 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 з вулиці, вестибюль, гардероб, санвузли.

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

Більярдні зазвичай передбачені у готельних комплексах високого рівня комфорту. Окрім більярдних столів, тут встановлюють стійку для київ і шафу для куль. Світильники розташовують над столами на відстані 80 см від грального поверхні. Площа більярдної залежить від кількості столів.

У висококомфортабельних готелях часто створюють **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); 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.

Закриті басейни розміщують у цокольному чи на першому поверсі споруди, в прибудові, з'єднаній з готельним комплексом критим 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.

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 входять 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.

6.3 Роль інтер'єру та озеленення у формуванні іміджу готелю

6.3.1 Складові частини комфорту внутрішнього простору готелю

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 зорово 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 у самій будівлі готелю, так і на території, прилеглій до неї. Загальний комфорт внутрішнього простору готелів є інтегрованим поняттям. Воно охоплює екологічний, функціональний та естетичний комфорт середовища будь-якого приміщення готелю (див. рис. 6.3).

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.

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

Екологічний комфорт у готелях створюється завдяки системам інженерного забезпечення (вентиляції, кондиціонування повітря, централізованого видалення пилу, опалювання та ін.).

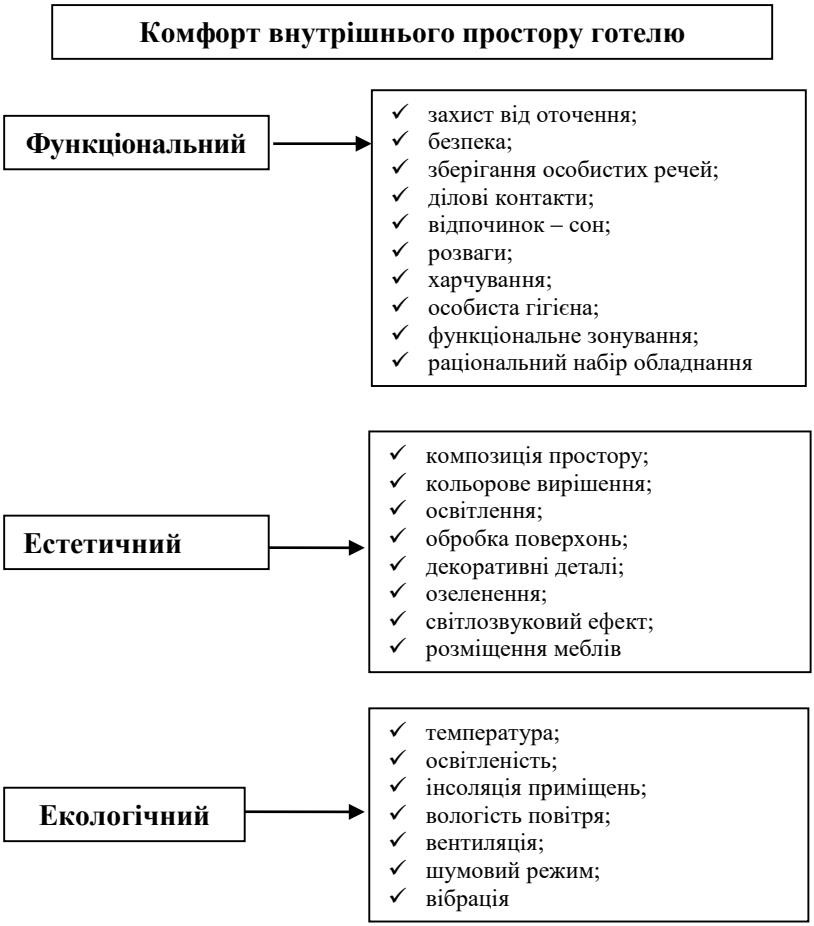


Рис. 6.3 Складові частини комфорту внутрішнього простору готелю

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. Їх розподіл 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 забезпечується оптимальним набором меблів і устаткування.

6.3.2 Умеблювання 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.

У сучасних готельних комплексах зазвичай весь перший поверх відводиться під приміщення громадського призначення і планується повністю або частково вільним, що полегшує рух відвідувачів. Одним із основних за своєю значущістю приміщень готельного комплексу є **вестибюль**, інтер'єр якого створює перше враження клієнта про готель. Тому до функціонального розподілу площі, раціональності встановлення устаткування, художньої якості оздоблення, вмеблювання і декоративного оформлення цього приміщення ставляться великі вимоги.

Відповідно до призначення, вестибюль складається з власне вестибюля, його робочої частини з розташованим тут місцем чергового адміністратора, вітальні, де впродовж певного часу перебувають клієнти готелю, і суміжних допоміжних приміщень.

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

Найраціональнішим є поєднання двох принципів: варто організувати місце адміністратора 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 з низьким столом, за яким адміністратор працює за відсутності клієнтів.

При вестибюлі повинен бути влаштований **гардероб**, який обслуговує відвідувачів ресторанів і барів. Службовий гардероб призначений тільки для персоналу готельного комплексу. Площа гардеробу визначається за нормою 0,08 м^2 на інвентарне місце його місткості. Якщо в готельному комплексі є кіно- або концертний зал, куди допускається стороння публіка, їхній гардероб влаштовують окремо від гардеробу готельного комплексу.

Для розподілу вестибюля на окремі функціональні зони використовують різні засоби і прийоми, вибір яких залежить від розмірів площі, загального архітектурно-планувального вирішення першого поверху і складу приміщень вестибюльної 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;

✓ *використання побутового устаткування*, зокрема розташування окремих груп меблів;

✓ *зміни колірного і світлового середовища*;

✓ *залучення елементів монументально-декоративного оздоблення й озеленення*.

Найбільша увага у всіх типах готелів надається *вмеблюванню приміщень житлової групи*, яке має виконувати основне завдання: створити максимум зручностей при мінімальній площі (див. п. 6.2.2).

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.

Найскладнішим є вмеблювання **однокімнатного номера**, оскільки він поєднує функції сну, роботи, відпочинку і зберігання речей. У всіх сучасних номерах функції зберігання речей частково виносяться в передпокій, який обладнаний вбудованою шафою і вішалкою. Розстановка предметів меблювання житлової частини 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.

Щоб скоротити кількість предметів, які розбивають своїм виглядом композицію, їх блокують у великі за розмірами агрегати. Так, наприклад, можна з'єднати ліжко з нічним столиком, зробивши останній у вигляді полички, 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.

Меблювання 3-4-місних однокімнатних номерів готелів ускладнює функціональне зонування меблів. Для максимального розкриття внутрішнього простору житлової кімнати рекомендується використовувати двоярусні ліжка, особливо в хостелах.

Двокімнатні номери складаються зі спальні і вітальні, які відокремлюються між собою розсувними або складними перегородками, відкритими або заскленими дверними отворами. Раціональне вмеблювання спальні визначається острівним розміщенням 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 із 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 кількох 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 щітки для одягу.

Меблі в готелях категорії 3, 4 і 5 зірок зазвичай оздоблюються деревом дорогих твердих порід, що фанерується, застосовуються міцні покриття, полірування та лакування; для меблів II класу – фарбування і лакування.

6.3.3 Естетична організація середовища готелю

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

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 проєктування композиції простору. Це означає таку побудову інтер'єру приміщення, за якого окремі елементи сприймаються в певній системі (стильовій єдності).

Загалом можна виділити **три напрямки стилів** – класичні, сучасні та етнічні стилі інтер'єру. Часто використовують змішаний стиль.

Сучасні стилі інтер'єру

Сучасна класика – один із найпоширеніших стилів інтер'єру. Він не прив'язаний до мінливих модних тенденцій. Гармонія та елегантність, які є характерними рисами сучасної класики, постійно залишаються актуальними. Меблі в стилі «сучасна класика» виглядають монументально та дорого і є головним елементом в створенні інтер'єру.

З матеріалів переважають натуральні камінь та дерево. Дизайн інтер'єру часто доповнюють колонами, ліпниною та багетами. В наші дні цей стиль часто поєднують з мінімалізмом, використовуючи мінімум декоративних елементів.

Арт-деко – стиль в дизайні, архітектурі та мистецтві, який з'явився в 30-х роках XX ст. внаслідок змішування класичних, західних стилів зі стилями країн сходу та інших екзотичних країн. В ньому зустрічаються африканські, єгипетські, індійські та азіатські мотиви. В меблях і декорі використовуються дорогі та екзотичні матеріали – рідкісні породи дерева, слонову кістку, шкіри екзотичних тварин, дороге скло та кристали, масивні люстри та різноманітне освітлення.

Функціоналізм виник внаслідок індустріалізації в 20-х роках в Німеччині. Основою цього стилю є зручність, функціональність та раціональне використання простору. Меблі мають прості, геометричні форми, які органічно вписуються в планування сучасних готелів. Декорування зводиться до мінімуму або відсутнє зовсім. Переваги цього стилю – прямолінійність, чистота форм і кольорів, відсутність надлишків і індустріальний шарм.

Мінімалізм – стиль гранично лаконічних форм, який характеризує повна відсутність декору, орнаментів або деталізації фасадної обробки. Для сучасного Мінімалізму характерне грамотне моделювання житлового простору з набором тільки необхідних предметів, які розкривають композиційний задум, і спокійного, розсіяного світла. Приміщення зоноване по можливості без внутрішніх перегородок, з великими вікнами і багаторівневим освітленням. Вони настільки насичені світлом, що навколишній ландшафт, зливаючись з житловим простором, стає частиною його інтер'єру. У колірній гамі переважає білий, сірий і чорний тон. А блиск скла, хромованого металу, колір природної деревини або цегли доповнюють палітру.

Хай-Тек (від англ. «Hi-tech» – високі технології) – дітище постмодерністської архітектури кінця XX ст., яке втілило в собі гармонійне поєднання конструктивізму і функціональності простору, високих технологій, простоту і строгість декору. Стилю притаманні стрімкі, прямі лінії, велика кількість скляних і металевих деталей. Хай-тек можна віднести до ультрасучасних стилів, в ньому застосовуються конструкції, властиві промисловим будівлям. У меблях і обладнанні використовуються форми предметів і матеріали, пов'язані з технікою: нержавіюча сталь, пластик і хромовані поверхні, гнуті металеві труби, сидіння, що обертаються. Широко використовуються мобільні перегородки, здатні змикатися і розмикатися, що дозволяє змінювати планування.

Лофт – нестандартний стиль, що прийшов до нас зі США. Зазвичай так називається горище або приміщення промислового зразка, переобладнане під житло. Нерідко стиль Лофт реалізується на верхніх поверхах занедбаних фабрик і будинків. Головна вимога до приміщення – воно повинно бути просторим (більше 100 м^2). Простір інтер'єру в стилі лофт максимально відкритий, не перевантажений перегородками і міжкімнатними стінами. Зональний поділ за функціями зазвичай є досить умовним і роль поділу відводиться дизайну, а не конструкціям. Особливу цінність лофту надають деталі, успадковані з минулого життя будівлі: не приховані труби, вентиляція, стіни без обробки з грубої цегли. Сьогодні стиль Лофт став дуже популярним, особливо в інтер'єрах громадських приміщень (ресторани, нічні клуби, виставкові зали та галереї).

Ф'южн – молодий, експериментальний стиль, виник в 90-х роках XX ст. і є результатом впливу і взаємодії різних культур, традицій і технологій. Дозволяє змішувати все в усьому, досягаючи гармонії між неоднорідними предметами й елементами. Належить до дизайнерських стилів, оскільки формування зв'язків між предметами засноване на емоціях, а не на їх функціональності.

Класичні стилі інтер'єру

Класицизм – аристократичний стиль, в якому за основу взяті простість та чіткі форми античного мистецтва. Строгість і вишуканість – основні характеристики інтер'єру в стилі класицизм. Колони, вази, скульптури, живопис і дзеркала – найчастіші предмети декору. Використання дорогих, якісних і натуральних матеріалів оздоблення (дерево, камінь, мармур) в поєднанні з вишуканими м'якими меблями створюють елегантну й аристократичну атмосферу, позбавлену зайвої та надмірної розкоші.

Ампір – стиль інтер'єру, який зародився в другій половині XVIII ст. у Франції (з франц. *empiere* – імперія). У цьому стилі все вказує на розкіш і парадність: масивні монументальні форми, складні візерунки та драпірування, використання металів і дорого текстилю в декорі інтер'єру, картини й дзеркала в масивних рамах.

Романтизм зародився також у Франції наприкінці XVIII ст. Переважають ніжні текстури та палітра кольорів, плавні лінії, вишукані й легкі конструкції меблів, натуральні матеріали в декорі та оздобленні. Розкіш і шик не притаманні романтизму, та все ж його важко назвати економним чи недорогим. Головна мета цього стилю – створити комфортну, затишну й природну атмосферу.

Одна з характерних рис **бароко** – просторові ілюзії, які супроводжують інтер'єри цього стилю. Дзеркала, стелі, стіни, екрани розписані зображеннями, засновані на картинах життя небожителів. На стінах – гобелени із зображенням пейзажів. Урочистий пафос інтер'єру посилюється великою кількістю важких тканин, килимів, багатих виблискуючих люстр, позолоченої ліпнини, в якій переважає тематика зображень листя і плодів. Криволінійні, округлі контури надають декору динаміки і мальовничості.

Етнічні стилі інтер'єру

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, як тепер. Виник навіть термін – етностиль. ***Етностиль*** – це сукупність кольорів, предметів декору, меблів і матеріалів, характерних для оздоблення будинку тієї чи іншої країни чи регіону. 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.

Лаконічність і краса форм, використання природного матеріалу, комфорт і функціональність – основні складові **скандинавського стилю,** який прийшов до нас із Фінляндії, Норвегії, але особливо багато він в себе увібрав з традиційного шведського інтер'єру. Це стиль без викрутасів. Основна вимога до матеріалів – натуральність: деревина, натуральне каміння, скло, бавовна, льон, хутро, шкіра, кераміка. Білий колір основний. Скандинавський стиль – один із найпростіших в реалізації через великий асортимент меблів та оздоблювальних матеріалів.

Прованс (з фр. Провінція) – провінційний стиль Франції XIX ст. (на честь однієї з південно-східних областей країни), можна також назвати його французьким кантрі. Прованський стиль популярний по всьому світу через легкість, велику кількість світла в приміщенні та романтичний настрій. Основа стилю – дух старовини, непомітної і чарівної. Злегка потерті і потріскані поверхні, старі меблі, нерівно обштукатурені стіни. Інтер'єрам Провансу властива пастельна гама з яскравими кольоровими акцентами, грубувата штукатурка з подекуди оголеною цегляною або кам'яною кладкою. Провідними стали кольори теракоти, лаванди і соняшників. Яскраві відтінки розбавляються білим – вибіленим сонцем деревом або світлою фарбою зверху. Меблі дерев'яні, без особливої вишуканості, обов'язково пофарбовані, інколи розписані. Інтер'єр у стилі Прованс – легкий, простий, теплий і затишний, без зайвого пафосу.

Кантрі (Country) – стиль із безліччю варіацій: залежно від країни, чий колорит він відтворює, можуть змінюватися практи-

чно всі декоративні елементи в оформленні інтер'єру кантрі. *Грецький кантрі* – досить простий: чисто вибілені стіни контрастують з яскраво забарвленими з обох сторін дверними й віконними рамами; мінімум меблів, як правило, дерев'яних і грубуватих. *Американський кантрі* вирізняється простотою, мінімалізмом обробки, чіткістю форм і функціональністю. *Німецький кантрі* виглядає більш вагомо, там також використовуються натуральні матеріали і декоративні деталі, наприклад стилізовані під старовину світильники, ковані предмети, старовинний посуд. *Слов'янський кантрі* відрізняє, перш за все, використання національних елементів декору – розпису, вітражів, кахлів, різьблення, вишивки. Всі стилі інтер'єру «Кантрі» поєднує велика кількість природних матеріалів, сільська атмосфера та простота.

Середземноморський стиль – це все, що пов'язано з морем, сонцем і рясною рослинністю. Історично й територіально він сформувався з культур країн, розташованих на Середземному морі: Греції, Туреччини, Тунісу, Алжиру і Марокко, італійської і французької Рив'єри, Іспанії та ін. Інтер'єри в середземноморському дусі побудовані на поєднанні невимушених античних мармурових елементів з керамікою, кованими меблями і фарбованим у відкриті яскраві кольори деревом. Довершують атмосферу типові фруктові мотиви, біло-блакитна клітинка в текстилі і декори з морською тематикою.

Колоніальний стиль в інтер'єрі виник в епоху морських експедицій, відкриттів і завоювань нових земель. У наш час цей стиль знову набуває популярності. Для традиційного колоніального стилю характерне планування, зорієнтоване навколо вітальні. Вільний простір розділяється на зони умовно: за допомогою різних рівнів підлоги або стелі, плетених ширм, розсувних перегородок, екранів з тканини або колонами. Оздоблення лаконічне: білі стіни, фактура яких нагадує грубу штукатурку, потріскану глину або покритий побілкою камінь. Підлога – керамічна плитка, природне каміння або вибілені (ніби під сонцем) дошки. При створенні колоніальних інтер'єрів використовують природні матеріали – дерево, глину, бронзу, шкіру, кераміку. Колірна гама теж повинна відповідати природним відтінкам: охра, золото, теракота, колір старого дерева, оливковий.

Східний інтер'єр поєднує в собі стилістику країн Сходу, яка передбачає яскраві соковиті кольори: рожевий, блакитний, жовтий на тлі чорного або білого, які можуть бути пом'якшені темними або світлими породами дерева. Також східного відтінку інтер'єру надають багаті малюнки або хитромудрі геометричні фігури, тканини в «східному стилі».

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 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 можуть бути квадратними чи подовженими, тому для них необхідно обирати таку колірну гамму, при якій вони справлятимуть враження вільних і не стиснутих.

Особливістю *приміщень вестибюльної групи* є єдність внутрішнього простору. Тому колір може бути засобом композиційного об'єднання простору цієї групи приміщень. Водночас цей єдиний простір має 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 різного забарвлення: зокрема, 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 враховують 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 втомлюють. Тому більш сприятливими вважаються спокійні однотонні кольори.

На основі даних досліджень кольорів, можна оцінити колірне планування інтер'єру за такими характеристиками:

- діє збудливо, заспокійливо або пригнічуючи;
- сприймається холодним або теплим, світлим або темним;
- створює враження обмеженого або вільного, єдиного або розчленованого об'єму;
- викликає відчуття важкості або легкості декоративних деталей архітектури.

Критеріями оцінки колірного 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, зелений, що знаходиться в середині спектру, – це колір фізичної рівноваги. Загалом дані про психологічну дію кольору зводяться до наступного (див. табл. 6.4):

Таблиця 6.4

Вплив кольору на емоційний стан людини

Колір	*Емоції, які викликає колір*
Помаранчевий	сприймається як гарячий, бадьорий, стимулює до активної діяльності, викликає радість
Блакитний	холодний, нагадує про воду, свіжий, прозорий, зменшує фізичну втому, заспокоює, регулює ритм серця

Жовтий	теплий, веселий колір, створює гарний настрій
Зелений	освіжаючий, заспокійливо діє на нервову систему, зоровий аналізатор; зменшує дуже 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
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 настрій

При виборі кольору оздоблення тієї чи іншої кімнати потрібно враховувати різні **чинники**: *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. (див. табл. 6.5).

Таблиця 6.5

Основні чинники, які потрібно враховувати при виборі кольорової гами для фарбування приміщення

№ п/п	*Чинники*	*Кольорова гама*		
		холодна	*нейтральна*	*тепла*
1.	*Райони країни*:			
	північні	-	×	×
	центральні	×	×	×
	південні	×	×	-
2.	*Орієнтація вікон*:			
	північ	-	-	×
	північний схід	-	×	×
	північний захід	-	×	×
	південь	×	-	-
	південний схід	×	×	-
	південний захід	×	×	×

3.	*Температура в приміщенні*:			
	підвищена	×	-	-
	нормальна	×	×	×
	понижена	-	-	×
4.	*Характер роботи*:			
	нормальний	×	×	×
	підвищеної інтенсивності	×	×	-
	монотонний	-	-	×
5.	*Зорове напруження*:			
	нормальне	×	×	×
	підвищене	×	×	-

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 зорово зменшують простір, темні – збільшують: наприклад, червоний, помаранчевий і жовтий допоможуть зробити величезне приміщення із малою кількістю меблів меншим і затишнішим, а чорний і білий, синій і фіолетовий зорово збільшують розміри кімнати. Меблі, декоративні тканини, штори, гардини повинні гармоніювати зі стінами.

Якщо оббивка меблів, гардини та покривало на ліжку – з візерунками, то стіни краще робити гладкими. До поєднання кольорів потрібно ставитися відповідально. Наприклад, краще не поєднувати червоний із зеленим, оскільки таке поєднання важко сприймається, особливо якщо воно в однакових пропорціях. Яскраво-жовтий може слугувати хорошим тлом для інших кольорів. Зелений погано поєднується з усіма іншими кольорами, за винятком різних відтінків того ж зеленого.

Стелі можна «підняти», якщо зафарбувати їх в білий, бажано з блакитним відтінком, колір. Також можна використовувати фарбування стін або 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 зо-

ровому зменшенню габаритів великих кімнат. Якщо кімната довга і вузька, то поздовжні стіни краще зафарбувати білими світлими, а торцеві – темнішими тонами, тоді приміщення здаватиметься 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 зорово 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 в ресторані тощо);

✓ *локалізованим* – у приміщеннях з відносно великими площами, спрямоване до робочих місць.

При всіх видах освітлення велику роль виконує колірне вирішення та оздоблення стелі, підлоги й стін.

Управління освітленням місць загального користування (коридорів, сходів, холів, віталень та ін.) централізоване.

Важливу роль в оформленні приміщень і житлових номерів відіграють твори живопису, скульптури, елементи декоративного, прикладного мистецтва, а особливо **озеленення**.

Озеленення активно впливає на характер формування інтер'єру і є таким самим рівноцінним компонентом оформлення середовища, як і оздоблення стін, меблювання та ін. За допомогою озеленення можна підвищити художню виразність внутрішнього простору, удосконалити його функціональну організацію. Утилітарна функція рослин полягає в створенні певного мікроклімату в приміщеннях.

Розрізняють *активну* й *нейтральну* системи озеленення. У робочій зоні створюють нейтральну систему, а в зоні відпочинку – активну. З допомогою озеленення простір ділять на зони.

Озеленення в закладах гостинності найбільше використовують у вестибюлях, холах, коридорах, ресторанах, кафе і в номерах. У готелях з високим рівнем комфорту у вестибюлях 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) композицій, так і штучних.

Особлива увага надається *мистецтву складання букетів* (**ікебані**), де 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, загальних вітальнях, холах, на столах адміністраторів і чергових по поверху, на столиках кафе і ресторанів. Скрізь доречно і святково виглядатимуть навіть найскромніші букети або гілочки рослин.

Композиції з квітів бувають:

- *симетричними* – розташовані по боках, не впливають негативно на зір, гарно виглядають з усіх боків і слугують прикрасою будь-якого столу;
- *асиметричними*, 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 тих, що мають різкий запах (лілії, конвалії тощо), оскільки вони можуть викликати алергічні реакції у клієнтів і спотворювати аромат страв, які подаються у ресторанах, кафе, барах.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте особливості організації прилеглої до готельних будівель території.

2. Назвіть основні блоки приміщень готельних комплексів. Розкрийте тонкощі функціональної організації групи приймально-допоміжних приміщень із вестибюлем.

3. Охарактеризуйте функціональні зони вестибюлю та особливості їхнього розміщення.

4. Як впливає форма плану готельної будівлі на розміщення житлових номерів? Опишіть плюси і мінуси кожної форми плану.

5. Назвіть критерії класифікації готельних номерів. На які види поділяються житлові кімнати залежно від зазначених критеріїв?

6. Опишіть функціональні зони, що виділяють у житлових номерах, і способи їх виокремлення.

7. Назвіть типи ліжок, які використовують у світовій практиці готельного господарства, та основні прийоми їх розташування у житлових номерах.

8. Охарактеризуйте приміщення, що входять до групи житлових приміщень.

9. Розкрийте особливості організації блоку приміщень громадського харчування залежно від категорійності готелів.

10. Назвіть і дайте характеристику груп приміщень адміністрації.

11. Охарактеризуйте вимоги до організації блоку побутових, підсобних і господарських приміщень.

12. В яких готелях виділяється блок приміщень культурно-масового, спортивно-оздоровчого і ділового призначення? Дайте характеристику основних приміщень, що входять до цього блоку.

13. Назвіть складові компоненти загального комфорту внутрішнього простору готелю. Розкрийте сутність екологічного комфорту.

14. Опишіть засоби створення функціонального комфорту. Розкрийте роль меблювання у створенні комфорту різних за призначенням приміщень.

15. Назвіть засоби створення естетичного комфорту. Які прийоми художньо-просторової організації інтер'єрів використовуються у готельних комплексах?

16. Дайте визначення поняття «стиль інтер'єру». Назвіть та охарактеризуйте найпоширеніші стилі, які застосовуються в оформленні інтер'єрів готельних комплексів.

17. Охарактеризуйте поняття «етностиль». Опишіть найпопулярніші етностилі, що використовуються в оформленні готельних приміщень.

18. Розкрийте роль колірного вирішення у формуванні естетичного комфорту готельних приміщень. Які чинники враховують при виборі кольорової гами для оздоблення приміщення?

19. Які види освітлення використовуються у готельних комплексах?

20. Охарактеризуйте вплив озеленення та інших засобів на оформлення приміщень і житлових номерів.

Тести для самоперевірки

1. Які вимоги ставляться до тимчасової стоянки для автомобілів?
а) повинна розміщуватися поблизу входу;
б) може не охоронятися;
в) повинна проглядатися від готельного входу;
г) розміри стоянки залежать від місткості готелю;
д) має бути зручний виїзд на вуличну магістраль;
е) всі відповіді правильні.

2. Яких розмірів має бути майданчик для вантажного транспорту перед службовим входом?
а) 15×15 м; б) 12×12 м; в) 10×10 м; г) 20×20 м.

3. Назвіть основну вимогу, яка ставиться до гаражів у готелях.
а) обов'язкова наявність вентиляції;
б) розміри гаражів залежать від категорії готелю;
в) гаражі повинні охоронятися службою безпеки;
г) обов'язкова наявність технічного обслуговування автомашин.

4. Які основні функціональні приміщення виділяють у готельній будівлі?*
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.

5. Перше враження клієнта про готель формується під впливом…..
а) прилеглої до готелю території;
б) приміщень вестибюльної групи;
в) озеленення навколо готельного комплексу;
г) екстер'єру готельної будівлі.

6. Чому у вестибюлі готелю витримується чітке зонування?
а) щоб звести до мінімуму перетин всіх потоків у готелі;
б) щоб зручно можна було орієнтуватися у готелі;
в) щоб було естетично гарно у вестибюлі;
г) бо так вимагається згідно з Нормативами і правилами.

7. Які зони передбачені у вестибюлі?*
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.

8. Яким буває розміщення функціональних зон у вестибюлі?*
а) фронтальним; б) концентричним; в) поперечним;
г) перпендикулярним; д) поздовжнім.

9. Зона інтенсивного пішого руху у вестибюлі 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, ощадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову;

г) маршрут руху до закладів харчування і побутового сервісу.

10. Зона екстенсивного пішого руху у вестибюлі 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, ощадну касу, транспортну агенцію, перукарню, пункти прийому речей на ремонт, хімчистку і пральню, в камеру схову;

г) маршрут руху до закладів харчування та побутового обслуговування.

11. Скільки входів у будівлю передбачають у готелях великої місткості і високого рівня комфорту?

а) 2 входи (основний і службовий); б) як мінімум 5 входів;

в) не менше 3-4 входів; г) один вхід.

12. Через те, що коридори формують перше враження клієнта про готель, їх ширина …*

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 1,3-1,4 м, а двостороннього – 1,6-2,0 м (якщо двері відчиняються всередину номера);

г) ширина одностороннього коридору має становити 1,5-2,0 м, а двостороннього – 2,0-2,5 м (якщо двері відчиняються всередину номера).

13. Як розрахувати довжину стійки реєстрації?

а) з розрахунку 2,5 см на одне місце;

б) залежно від категорії готелю нормативи відрізняються;

в) з розрахунку 2,5 см на 1 м^2 вестибюлю;

г) не більше 10 м незалежно від категорії готелю.

14. Який відсоток у готельній будівлі становлять приміщення житлової групи?

а) понад 50%; б) не менше 50%; в) 70%; г) 95%.

15. Окрім номерів, блок приміщень житлової групи охоплює…

а) приміщення для чергового персоналу, що обслуговує їх, загальні горизонтальні комунікації, вітальні, ліфтові чи сходово-ліфтові холи;

б) приміщення для адміністратора, санвузол, вестибюль, коридори загального користування;

в) приміщення для відпочинку, бари і кафе на поверхах, санвузли загального користування;

г) номери, санвузли, коридори, тераси.

16. Для якої форми плану житлової частини готелю притаманні різноманітні криволінійні форми («трилисники», «хрестовини» тощо)?

а) прямокутної; б) компактної; б) атріумної; г) ускладненої.

17. Яка форма плану житлової частини має внутрішній двір, забудований по периметру?

а) прямокутна; б) атріумна; в) компактна; г) ускладнена.

18. Двомісні номери з двома окремими ліжками позначаються у міжнародній практиці таким символом:

а) SGL – single; б) DBL – double; в) TWN; г) TRP – triple.

19. Який номер складається зі спальні, кабінету, вітальні/їдальні, а повний санвузол містить умивальник, ванну або джакузі, душ, унітаз і біде?

а) президентський апартамент; б) апартамент;

в) люкс; г) дуплекс.

20. Як називається двоповерховий номер, що складається із 2-х і більше житлових кімнат із сходами та повним санвузлом?

а) дуплекс; б) люкс; в) студіо; г) стандарт.

21. Як називається номер з однієї житлової кімнати, де частину приміщення можна використовувати як вітальню або кухню?

а) дуплекс; б) люкс; в) студіо; г) стандарт.

22. Як називаються номери, сполучені між собою дверима?

а) суміжними; б) сусідніми; в) об'єднаними; г) спільними.

23. Сучасний Стандарт України передбачає дотримання в готелі категорії 5* мінімальної площі в 1-місному номері …, а в 2-місному –…..*

а) не менше 14 м^2; не менше 16 м^2;

б) не менше 10 м^2; не менше 15 м^2;

в) не менше 12 м^2; не менше 16 м^2.

24. Який відсоток у вітчизняних готелях становлять одномісні номери?

а) до 20%; б) 30-50%; в) 60-80%; г) майже 90%.

25. Які розміри має односпальне ліжко в готелі?

а) 80×190 см; б) 90×200 см; в) 90×190 см; г) 100×200 см.

26. Як називається ліжко на 1 особу розміром 90×200 см?

а) singl; б) queen; в) double; г) king.

27. Як називається ліжко, призначене для 1 або 2 осіб, з мінімальними розмірами 140×190 см?

а) singl; б) queen; в) double; г) king.

28. Як називається ліжко, призначене для 1 або 2 осіб, з мінімальними розмірами 160×200 см?

а) singl; б) queen; в) double; г) king.

29. Які підприємства харчування при готелях називають відкритими?

а) загальнодоступні, що обслуговують як клієнтів готелю, так і місцевих мешканців;

б) ті, що знаходяться на відкритих майданчиках готелю;

в) ті, що розташовані на терасах;

г) заклади, розташовані на даху готельної будівлі.

30. Оберіть місце, де НЕ рекомендують розташовувати заклади ресторанного господарства при готелі.

а) на першому поверсі споруди; б) на поверхах;

в) на даху; г) у підвалі;

д) у вигляді літнього внутрішнього подвір'я.

31. Де у готельній будівлі розташовується лобі-бар?

а) у вестибюлі; б) на поверхах; в) на даху;

г) на пляжі; д) у підвалі; е) біля басейну.

32. У структурі яких готелів зустрічаються їдальні?

а) курортних; б) ділових; в) бюджетних;

г) спортивних; д) сімейних.

33. До блоку приміщень адміністрації відносять:*

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.

34. Блок приміщень культурно-масового обслуговування передбачений…

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.

35. Загальний комфорт внутрішнього простору готелю визначають такі види комфорту:*

а) екологічний; б) функціональний; в) соціальний;

г) естетичний; д) механічний.

36. Функціональний комфорт забезпечує:

а) захист від оточення, безпеку і здійснення всіх процесів життєді-

яльності 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.

37. 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.

38. Як називається опромінювання приміщень сонячним промінням і природне освітлення?

а) інсоляція; б) вентиляція; в) соляризація; г) кондиція.

39. Оптимальний набір меблів і устаткування забезпечують … у готелях.

а) екологічний комфорт; б) функціональний комфорт;
в) естетичний комфорт; г) раціональний комфорт.

40. За призначенням меблі у готелях поділяються на:*

а) побутові; б) офісні; в) житлові;
г) ресторанні і спеціальні; д) комбіновані.

41. Найскладнішим вважається вмеблювання:

а) двокімнатного номера; б) однокімнатного номера;
в) апартаментів; г) багатокімнатних номерів.

42. Найпоширенішими в оздобленні інтер'єрів є такі напрямки стилів:*

а) стилі «ретро»; б) сучасні; в) класичні;
г) етнічні; д) стародавні; е) змішані.

43. Який стиль з'явився в 30-х рр. XX ст. і характеризується змішуванням класичних, західних стилів із стилями сходу та інших екзотичних країн?

а) функціоналізм; б) арт-деко; в) мінімалізм;
г) хай-тек; д) лофт; е) ф'южн.

44. Який стиль з'явився в 90-х рр. XX ст. внаслідок впливу і взаємодії різних культур, традицій і технологій?

а) функціоналізм; б) арт-деко; в) мінімалізм;
г) хай-тек; д) лофт; е) ф'южн.

45. Якому стилю притаманні прямі лінії, велика кількість скляних і металевих деталей?

а) функціоналізму; б) арт-деко; в) хай-тек;
г) бароко; д) лофт; е) ф'южн.

46. Який стиль з'явився в XVIII ст. у Франції і характеризується розкішністю і парадністю?

а) класицизм; б) ампір; в) романтизм;
г) хай-тек; д) лофт; е) ф'южн.

47. 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 зорово обмеженим, штучно створеним середовищем, що забезпечує нормальні умови життєдіяльності людини.

48. Який із етностилів вважається одним із найпростіших у реалізації?

а) скандинавський; б) прованс; в) середземноморський;
г) німецький; д) кантрі; е) східний.

49. Який з етностилів характеризується легкістю, великою кількістю світла в приміщенні і романтичним настроєм?

а) скандинавський; б) прованс; в) кантрі;
г) німецький; д) середземноморський; е) східний.

50. Якому етностилю притаманні яскраві кольори на тлі чорного і білого?

а) англійському; б) африканському; в) східному;
г) німецькому; д) скандинавському; е) французькому.

51. При виборі кольору оздоблення тієї чи іншої кімнати потрібно враховувати такі основні чинники:*

а) орієнтацію вікон;
б) природні умови;
в) місце розташування номера в готельній будівлі;
г) якість освітлення;
д) архітектуру споруди і приміщення;
е) призначення приміщень;
є) розміри кімнат.

52. Якого кольору стіни легше утримувати в чистоті?

а) світлого; б) сірого; в) темного; д) бурого.

53. Як вливають на людину, яка перебуває в приміщенні впродовж тривалого часу, вишукані кольорові поєднання яскравих тонів?

а) піднімають настрій; б) заспокоюють;
в) втомлюють; г) викликають агресію.

54. Який колір вважається кольором фізичної рівноваги?

а) синій; б) фіолетовий; в) зелений; г) блакитний.

55. Освітлення в готелях буває …*

а) загальним; б) локалізованим; в) природним;
г) штучним; д) місцевим; е) денним.

56. 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.

57. 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.

58. В якій зоні створюють нейтральну систему озеленення?

а) в робочій; б) в зоні відпочинку;

в) в зоні сну; г) в зоні приготування їжі.

59. Яку систему озеленення застосовують у зоні відпочинку?

а) пасивну; б) активну;

в) нейтральну; г) горизонтальну.

60. Як називається мистецтво складання букетів?

а) ікебаною; б) композицією; в) бонсай; г) флористикою.

ТЕМА 7. ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ

7.1 Характеристика санітарно-технічного устаткування.

7.1.1 Облаштування господарсько-питного водогону і каналізації.

7.1.2 Протипожежний водогін та системи пожежогасіння.

7.1.3 Гаряче водопостачання готельних комплексів.

7.1.4 Системи опалення в готелях.

7.1.5 Кондиціонування і вентиляція повітря.

7.1.6 Централізоване видалення пилу.

7.1.7 Системи сміттєвидалення.

7.2 Ліфтове устаткування.

7.3 Електроустаткування.

7.4 Слабкострумове господарство.

Складові частини інженерно-технічного обладнання готелів

Сучасні готелі оснащені складним інженерно-технічним устаткуванням, яке забезпечує високий рівень комфорту і максима-

льні 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 вольтів, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж із напругою 220 або 127 вольтів);
- *слабкострумових пристроїв автоматики* (телеантени і телевізори, установки радіофікації, телефонізації, часофікації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації, диспетчерської служби, кіноустановки);
- *торгово-технологічного устаткування*.

7.1 Характеристика санітарно-технічного устаткування

7.1.1 Облаштування господарсько-питного водогону і каналізації

Однією з основних проблем у готельних комплексах є забезпечення водою для питних і господарських потреб та у зв'язку з цим оснащення споруди відповідним водогінно-каналізаційним устаткуванням. Готелі, що будуються на освоєних територіях, забезпечуються водою від *міської водогінної мережі*. Невеликі ж об'єкти (пансіонати, бази відпочинку в курортних місцевостях), передбачені на неосвоєних територіях, повинні мати *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 готельної будівлі, 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 розраховується витратою води по місцях водозабору (у номерному фонді, по окремих допоміжних приміщеннях – у пральні, сауні, басейні, на кондиціонування тощо).

Таблиця 7.1

Тиск холодної та гарячої води перед водорозбірною арматурою в номерах готелів різних категорій

Нормований параметр		Нормована величина, МПа, для готелів категорій	
		3* і вище	2* і 1*
Мінімальний тиск води	холодної	0,1	0,08
	гарячої	0,08	0,06
Максимальний тиск		0,45	

Водопровідна вода в готельних об'єктах, будинках відпочинку, пансіонатах тощо має бути придатна для пиття незалежно від того, для яких потреб вона використовується. Придатність визначається лабораторіями санітарно-епідеміологічного нагляду. Водопровідна вода з міської мережі повинна відповідати всім вимогам і при цьому не бажано застосовувати додаткові засоби для поліпшення її якості.

Внутрішня водогінна система складається з таких **елементів**:

- *вводу* (перпендикулярного до будівлі відрізку 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 вводі, і здійснюється, як правило, в автоматичному режимі. Якщо міський тиск не забезпечує подачу води до верхніх водорозбірних точок, передбачається постійне (цілодобове) підкачування.

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: 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 відвідних 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 встановлюють 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 і ресторанних залів, газовиділення через нещільне з'єднання каналізаційних труб і підмивання фундаментів будівель.

Відвідні труби потрібно згруповувати і прокладати так, щоб до них був забезпечений доступ з усіх боків; не бажано прокладати їх

через приміщення, що найчастіше відвідуються. 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.

7.1.2 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 – вестибюлях, 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 безперебійно постачатися від двох незалежних одне від одного джерел живлення.

У системах водопроводу з водонапірними баками *недоторканний 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. *Спринклерна* система призначена для визначення виникнення пожежі та її гасіння водою (піною) на ранніх стадіях або для обмеження поширення пожежі. Є активним видом протипожежного захисту, що складається з пожежних спринклерів об'єднаних системою водопостачання, яка забезпечує відповідний тиск і подачу води до водорозподільних трубопроводів. Труби розподільчої мережі перебувають постійно під тиском і забезпечуються водою (або піною) автоматично. При пожежі спрацьовують тільки ті спринклери, які нагрілися до номінальної температури спрацювання під впливом тепла, що виділяється під

час горіння. Подача води (піни) буде тільки в осередку пожежі, тобто локальним способом. Інші спринклери будуть закриті.

Дренчерні установки, на відміну від спринклерних, обладнані розприскувачами-дренчерами, які при пожежі спрацьовують одночасно по всьому периметру приміщення.

7.1.3 Гаряче водопостачання готельних комплексів

Системи гарячого водопостачання (ГВП) бувають *централізованими* і *автономними*. Остання передбачає самостійне нагрівання води за допомогою невеликих теплових генераторів (печей, газових колонок, електричних водонагрівачів та інших установок).

Система гарячого водопостачання охоплює установку для нагрівання холодної води до температури не вище 75 °С і мережу розвідних трубопроводів (див. додаток Г).

Системи централізованого гарячого водопостачання бувають **за способом**:

а) *подачі води споживачам:*

– закритими, тобто без розриву струменя (під натиском зовнішнього водопроводу);

– відкритими – з баками-акумуляторами;

б) *акумуляції гарячої води:*

– з баками-акумуляторами;

– без баків-акумуляторів;

в) *циркуляції:*

– з природною циркуляцією;

– примусовою циркуляцією;

– змішаними.

Централізована система гарячого водопостачання **включає**: водопідігрівачі; мережу, що складається з трубопроводів, які подають і розподіляють воду, та циркуляційних (зворотних) труб, мережного устаткування (компенсаторів, обладнання для відведення повітря, водозабірної, запобіжної арматури); регулюючі та контрольно-вимірювальні пристрої (регулятори витрати і тиску, термореле та ін.); циркуляційні насоси.

Внутрішні системи ГВП бувають *тупиковими* і *циркуляційними*. Перші характеризуються тим, що вода, яка надійшла до стояка, за 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. Вони значно економніші, 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.

7.1.4 Системи опалення в готелях

Для комфортного і затишного проживання в готелі важливим фактором, разом із сервісним обслуговуванням, є створення сприятливих мікрокліматичних умов в приміщенні. До таких показників відносять: вологість; склад і циркуляцію повітряного потоку всередині приміщення; температурний режим та інше.

Основним завданням системи теплопостачання в готелях є підтримання оптимальної температури повітря в холодну пору року з метою забезпечення комфортного перебування клієнта.

Тип системи теплопостачання для будівлі готелів визначається техніко-економічними розрахунками, наявністю того чи іншого теплового джерела та іншими індивідуальними характеристиками об'єкта.

У готелях використовують різні види опалювальних систем. **Системи теплопостачання** поділяються на:

- *місцеві* – це опалювальні системи, в яких всі головні компоненти об'єднані в одному пристрої;
- *центральні* – це печі, а також електричне та газове опалення, радіус дії яких обмежується одним або двома суміжними приміщеннями. Джерело тепла виноситься за межі приміщень, що обігріваються або будівлі.

У готельних комплексах широко використовуються такі **опалювальні системи**:

1) **водяне опалення** є простим у плані техобслуговування і недорогим з експлуатаційної точки зору в невеликих готелях, обсяг яких становить не більше 10 тис. м^2. Його *перевагами* є:

– невисока температура поверхні різних пристроїв і труб;
– рівномірний розподіл тепла по всій будівлі;
– економія палива;

– підвищені терміни експлуатації;
– тиха робота опалювального обладнання;
– нескладне обслуговування і ремонт;

2) **парове опалення** передбачає теплопостачання готелю парою низького тиску, яка, найчастіше, застосовується в установках підігріву води;

3) **повітряне опалення**. Повітряна опалювальна система використовується в загальновиробничих приміщеннях і торгових залах. Подача тепла здійснюється за допомогою повітряного потоку, який виробляється завдяки вентиляційним установкам, які синхронно працюють і як системи опалення та вентиляції. Головними *перевагами* даної системи опалення є:

– універсальність;
– можливість використання рекуперації тепла;
– автономність від теплових мереж;
– низька інерційність системи;
– мале енергоспоживання;
– високий рівень ККД (більше 90%);
– відсутність води в опалювальній системі (не потрібно споруджувати котельні, калориферні і бойлерні, а також проводити теплотраси);
– морозостійкість;
– працює на всіх видах палива органічного походження;
– низька вартість техобслуговування;
– швидка окупність;

4) **радіаторне опалення** – одна з найпоширеніших систем теплопостачання. Перевірена впродовж кількох десятиліть опалювальна система володіє високим рівнем надійності і довговічності. Крім того, вона досить проста в проєктуванні і монтажі. Конструктивно ультрасучасні радіатори *класифікуються* на: панельні; секційні; трубчасті.

Відповідно до матеріалів, які використовуються при виготовленні, радіатори бувають:

✓ **чавунними** (*перевагами* є висока теплоємність, високий тиск, стійкість до корозії; *недоліками* – громіздкість, масивність, обмежена естетика);

✓ **алюмінієвими** (до *переваг* відносять легкість, високу теплоємність, естетичність, до *мінусів* – дорожнечу, чутливість до РН теплоносія та до перепаду тиску);

✓ **сталевими** (*перевагами* є недорога вартість, широка лінійка дизайнерських рішень, *недоліками* – корозійна чутливість);

✓ **біметалічними (алюміній+сталь)** (до переваг відносять те, що вони витримують високий тиск і мають високий рівень теплопровідності; недоліками є дорога вартість);

5) **тепла підлога** – це конструкція підлоги, в яку закладається спеціальний кабель, від якого поширюється тепло по всьому приміщенню.

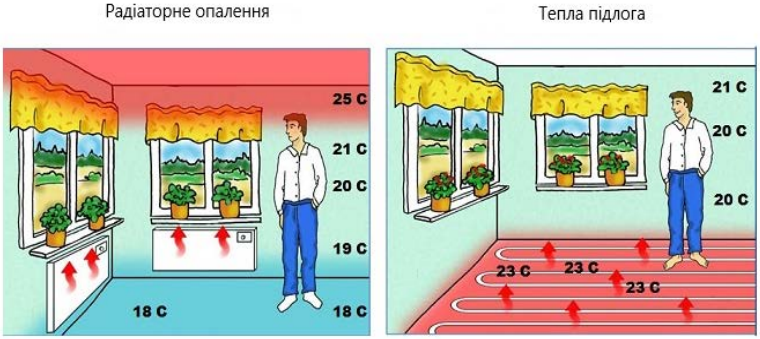


Рис. 7.1. Порівняльні характеристики радіаторного опалення і теплої підлоги

Тепла підлога може бути *електричною* або *водяною* (гідравлічною). *Електрична тепла підлога* – це вид опалювальної системи, джерелом тепла якої виступає електроенергія. *Водяна* (*гідравлічна*) *тепла підлога* – це конструкція підлоги, усередині якої розташовані труби, якими проходить вода. *Перевагами* теплої підлоги є зручність і простота експлуатації системи, можливість регулювання тепла, невеликі габаритні розміри обладнання, безшумна робота всієї опалювальної системи теплопостачання, оскільки вона не потребує циркуляційних насосів.

7.1.5 Кондиціонування і вентиляція повітря

Вентиляція та кондиціонування повітря в готелі разом із іншими системами життєзабезпечення – це, насамперед, комфортна

атмосфера в готелі, турбота про відвідувачів і запорука успіху готельного бізнесу. У 4-5* готелях висуваються суворі вимоги до мікроклімату та дизайну кліматичних систем.

За своєю сутністю готель – складний інженерний об'єкт, де, крім житлових номерів, є й приміщення іншого типу і призначення: басейни, конференц-зали, розважальні приміщення, приміщення ресторанного типу, навіть сауни, перукарні і зони SPA-процедур. Параметри мікроклімату таких приміщень будуть істотно відрізнятися від вимог до мікроклімату в житлових номерах. Але комфортними умовами перебування потрібно забезпечити абсолютно всіх відвідувачів на всій території готельного комплексу.

Однією з основних **вимог** є можливість регулювання мікроклімату відповідно до індивідуальних потреб відвідувачів у кожному номері, незалежно від інших приміщень. Велике значення має якість і швидкість, з якою свіже повітря надходить в готельний номер. Виходячи з суворих вимог до мікроклімату, найбільш оптимальним рішенням для готелів є використання систем вентиляції спільно з кондиціонуванням повітря.

Основні вимоги до проєктування систем вентиляції та кондиціонування готелі докладно описані в ДБН Ст. 2.2-20:2008 «Будинки і споруди. Готелі» (див. додаток Г) та ДБН Ст. 2.5-67.2013 «Опалення. Вентиляція і кондиціонування». Розрахункові температури і вимоги до повітрообміну в житлових номерах готелів залежно від категорії готелю (див. додаток Г) наведені в таблиці 7.2.

Таблиця 7.2

Вимоги до температурного режиму і повітрообміну в готелях різних категорій

Нормований параметр		*Нормована величина для готелів категорій*			
		*5**	*4**	*3**	*2* і 1**
Розрахункова температура приміщення, °С	холодний період року	22	22	20	20
	теплий період року	23	24	Не нормується	
Повітрообмін для 1-ї людини, $м^3$/год	холодний період року	60	50	40	30
	теплий період року	60	50	Не нормується	

Температура повітря в санітарних вузлах з ваннами або душами повинна становити 25°С, в коридорах загального користування і вестибюлях готелів – 20°С, а температура житлових кімнат – 20-22°С.

Практично всі великі готелі обладнані **системами вентиляції** повітря. Системи вентиляції **класифікуються**:

– *за призначенням* (припливні і витяжні);

– *за способом переміщення повітря* (природні і механічні);

– *за способом організації повітрообміну* (місцеві і загальнообмінні).

Природна вентиляція складається з аерації (провітрювання через вікна, кватирки, балконні двері) і канально-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. У готелях категорії 5* витяжна вентиляція, як правило *природна*, через витяжні канали в санвузлах житлових номерів. У готелях категорії 3* і вище влаштовується примусова витяжка з допомогою встановлених в санвузлах місцевих витяжних вентиляторів, з можливістю використання витяжної системи в режимі природної вентиляції при вимкнених вентиляторах. У номерах готелів категорії 3* і нижче передбачається природний приплив повітря через вікна.

Вентиляція приміщень громадського (дитячі кімнати, спортивні зали, масажні, SPA-салони, вестибюлі, холи, конференц-зали, ресторани, басейни), виробничого (кухня ресторану, м'ясний, овочевий, кондитерські цехи та інші) та господарського (для обслуговуючого персоналу готелю, пральні, мийні та інші) призначення повинна бути змонтована окремо від вентиляції номерів готелю, відповідно до вимог ДБН. Групувати ці приміщення у вентиляційні системи необхідно залежно від призначення приміщень і періодичності експлуатації самих систем вентиляції. Дуже важливо організувати повітрообмін в цих приміщеннях так, щоб виключити поширення характерних запахів у холи, вестибюлі і житлові номери готелю, особливо з кухонь.

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, ресторанних 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.

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.

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**. Для цього використовують спеціальні установки, які називаються *кондиціонерами.* Вони дозволяють збагачувати повітря киснем, нагрівати його або охолоджувати, сушити або зволожувати, очищати від пилу або інших забруднень, ароматизовувати.

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.

Види систем для кондиціонування готелів

Настінні спліт-системи – ідеальне бюджетне рішення для маленьких готелів і мініготелів. Дозволяють встановлювати температуру в кожному приміщенні окремо. Недоліки: велика кількість зовнішніх блоків спотворює зовнішній вигляд будівлі. Цю систему складно автоматизувати й інтегрувати в єдину диспетчерську систему.

Канальні спліт-системи (адаптовані) – кондиціонери, які встановлюються в міжстельовий простір. Гості бачать тільки декоративні грати системи кондиціонування (їх також можна вибрати під дизайн приміщення). Готельні канальні кондиціонери працюють досить безшумно (на рівні близько 32 дБ). Для досягнення максимальної тиші їх можна встановити в коридорі.

Мультизональна система кондиціонування – універсальна система кондиціонування приміщень з великими площами, яка здатна одночасно працювати на нагрівання та охолодження. Вона призначена для кондиціонування площ від 150 до 500 м^2. У ній відсутній приплив зовнішнього повітря, тому система не може забезпечити повний набір кліматичних параметрів (виняток – системи з додатковими вентиляційними блоками).

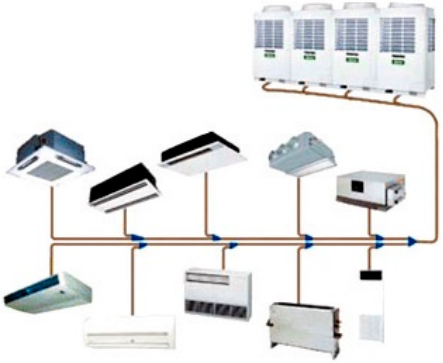


Рис. 7.2. Мультизональна система кондиціонування повітря

Мультизональна система будується за модульним принципом: чим більше кондиціонованих приміщень, тим більша кількість модулів входить до її складу. Всі вони об’єднані спільною фреонової

трасою, яка складається з двох або трьох труб. Система з двотрубною трасою може працювати тільки на нагрів або охолодження, тритрубною – здатна одночасно нагрівати й охолоджувати приміщення. Мультизональна система може управлятися з індивідуальних пультів (як і звичайні спліт-системи), з централізованого пульта управління, який контролює режими роботи всіх внутрішніх блоків, а також за допомогою персонального комп'ютера.

Внутрішні блоки мультизональних систем мають низький рівень шуму (в середньому 25 дБА), що можна порівняти з шелестом листя. Система працює в широкому діапазоні температур.

У готелях категорії 5* також може встановлюватися система *чилер-фанкойл* – централізована, багатозональна система кондиціонування повітря, в якій теплоносієм між центральною холодильною машиною (чилером) і локальними теплообмінниками (вузлами охолодження повітря, фанкойлами) служить охолоджена рідина, що циркулює під відносно низьким тиском – звичайна вода (в тропічному кліматі) або водний розчин етиленгліколю (в помірному і холодному кліматі). Цей захід забезпечує безкоштовною гарячою водою, частково в осінньо-весняний і повністю в літній періоди, приміщення господарсько-побутового призначення.

7.1.6 Централізоване видалення пилу

У житлових і громадських приміщеннях готелів передбачають системи очищення від сміття і пилоприбирання (вологе прибирання, сухе прибирання з застосуванням готельних пилососів або систем централізованого пиловидалення). Вміст пилу в повітрі житлових приміщень готелів не повинен перевищувати 0,15 мг/м^3.

У готелях місткістю понад 500 місць і категорій 4*-5* передбачають **централізоване пиловидалення** (система вакуумного прибирання) з житлових і основних громадських приміщень. У проєктах потрібно використовувати сучасне обладнання, що полегшує умови сміттє- і пиловидалення.

Система центрального пиловидалення складається з вакуумної установки, яка розташовується в окремій зоні далеко від приміщень, де проводиться прибирання, і мережі труб діаметром від 40 мм до 150 мм і більше, вмонтованих у підлогу, стелю та стіни. Усмоктувальні клапани (пневморозетки) встановлюються зазвичай в стінах на зручному рівні, або в підлозі так, щоб охопити всі

приміщення за допомогою шланга довжиною 9-11 метрів. Довжина шланга вибирається залежно від розмірів приміщень, в яких проводиться прибирання, та плану розміщення клапанів, а різноманітні насадки дозволяють очищати будь-які поверхні і меблі. Діаметр шланга залежить від типу пилу, що збирається.



Рис. 7.3. Схема влаштування мереж центрального пилососа

У системах для громадських будівель використовується гнучкий шланг з внутрішнім діаметром 32 мм або 40 мм. Через потужне всмоктування, що забезпечується центральною установкою, повітря всередині труб рухається з дуже великою швидкістю і доставляє пил, сміття та інші забруднювачі до сепаратора, де тверді частинки відокремлюються і збираються в контейнері, який повинен регулярно очищатися.

7.1.7 Системи сміттєвидалення

Будівлі готелів заввишки 2 поверхи і більше повинні бути обладнані **сміттєпроводами**, що проєктуються на групу житлових приміщень з розрахунку добового накопичення сміття 0,6 кг на одне місце.

Найпоширенішими є *сухі холодні сміттєпроводи* (рис. 7.4), основними елементами яких є: стовбур із завантажувальними клапанами, розташованими на кожному поверсі; сміттєприймальний бункер, який знаходиться в нижній частині будівлі готелю.

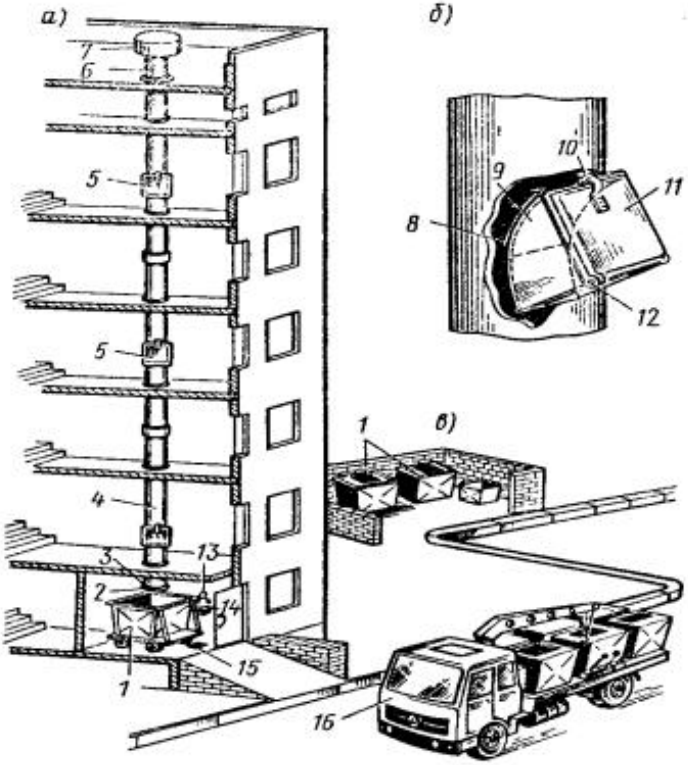


Рис. 7.4. Видалення сміття:
а – сміттєпровід; *б* – приймальний клапан сміттєпроводу; *в* – майданчик для контейнерів: 1 – контейнер; 2 – шибер; 3 – кріплення стовбура; 4 – стовбур; 5 – приймальний клапан; 6 – витяжна частина; 7 – дефлектор; 8, 9 – козирки; 10 – ручка; 11 – рухома коробка; 12 – горизонтальна вісь; 13 – раковина; 14 – камера для збору сміття; 15 – трап; 16 – спеціальний автотранспорт

Стовбури сміттєпроводів повинні знаходитися в приміщеннях з температурою не менше 5°С. 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 високоефективною системою вентиляції, а також обладнанням для чищення і миття. Сміттєпроводи не повинні створювати рівня шуму вище 25 дБА в житлових і громадських приміщеннях готелів.

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 на звалище або на сміттєпереробний завод. Деякі з них мають дробарки, що подрібнюють сміття до фракцій піщинок.

У деяких країнах Європи і в США застосовується *пневматичне видалення сміття*. Ця система передбачає прокладання спеціальних сміттєпроводів діаметром 500-600 мм, виконаних із високоміцної сталі, під землею на великі 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.

7.2 Ліфтове устаткування

Потреба в ліфтах залежно від поверховості готелів, їх кількість і типи повинні відповідати вимогам відповідних Стандартів (ДСТУ 4269:2003, див. додаток Б), де передбачається обов'язкова наявність ліфтів у готелях висотою більше одного, двох і трьох поверхів залежно від їхньої категорійності.

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 місткістю і вантажопідйомністю.

При підприємствах громадського харчування і для зв'язку господарських і виробничих служб зі споживачами на поверхах передбачають ліфти та підйомники малої потужності. Для подавання на поверхи продуктів, білизни, видаткових засобів тощо допускається також використання *вантажних* і *вантажопасажирських* ліфтів. Якщо кількість номерів у 4-5* готелях перевищує 30, то вантажний ліфт обов'язковий.

У готелях місткістю 500 і більше місць, що мають багажні входи і вестибюлі, слід передбачати *рольганги* (роликові конвеєри) або *транспортери* для подавання багажу від зони розбирання до вантажного ліфта. *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.

Таблиця 7.3

Вимоги до ліфтів залежно від категорії готелю

Категорія готелю	*Вимоги*
1* і 2*	Ліфт передбачений, якщо будівля вища 4-х поверхів
3*	Ліфт повинен бути, якщо будівля вища 3-х поверхів; час очікування ліфта не повинен перевищувати 45 с
4*	Ліфт передбачений, коли будівля вища 2-х поверхів; час очікування ліфта не більше 30 с; не менше одного ліфта на 60 номерів і вантажний ліфт, якщо більше 30 номерів
5*	Ліфт повинен бути, якщо будівля готелю вища першого поверху; час очікування – не більше 30 с; не менше одного ліфта на 60 номерів і вантажний ліфт, якщо більше 30 номерів

Для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів рекомендують установлювати дві групи ліфтів, що зупиняються на парних і непарних поверхах.

Для безпечної роботи ліфта повинні бути такі **пристрої**:

– *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,* які 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,* які не дозволяють рухатися кабіні при відкритих дверях;

– *сигнальні лампи,* які 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.

7.3 Електроустаткування

Освітлення готелю будь-якого класу виконує низку завдань:

- створює затишну атмосферу й комфорт для гостей;
- формує стиль та імідж закладу;
- виділяє фасад у вечірній час і робить прилеглу територію безпечною;
- створює умови для роботи персоналу;
- забезпечує швидку евакуацію в разі надзвичайної ситуації;
- підвищує рентабельність бізнесу.

Електроосвітлення приміщень готелів і прилеглої до них території потрібно виконувати відповідно до вимог ДБН В.2.5-28.

Згідно з міжнародними європейськими стандартами, рівень **освітленості** в різних приміщеннях готелю повинен відповідати

таким параметрам:

- для готельних номерів – не менше 150 лк (люкс);
- для обідніх залів, зони прийому і розміщення гостей, приміщень для персоналу, а також коридорів – 200 лк;
- для готельної кухні – 500 лк;
- для конференц-залів – близько 300 лк.

Керування освітленням може бути ручним та дистанційним. У загальних приміщеннях готелів потрібно передбачати освітлення, що регулюється за яскравістю з диспетчерського пункту.

У системі електропостачання готельних комплексів передбачені дві ізольовані схеми – від основного джерела і резервна (аварійна).

Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 (див. додаток Б) 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*.

Сьогодні виробники значно розширили асортимент джерел світла. Для побутових люстр, офісних світильників, універсальних настінних і стельових освітлювальних пристроїв використовують: лампи розжарювання; енергоефективні світлодіодні; перевірені люмінесцентні лінійні і компактні; галогенні; металогалогенні. Кожному типу ламп притаманні свої особливості.

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 потрібен високий рівень освітленості (в приміщеннях, призначених для технічного устаткування, в кухні, пральні та службових коридорах).

Номери готелів категорії 3* та вище рекомендується обладнувати пристроями енергозбереження, які зазвичай встановлюються при вході в номер і керуються картами електронного карткового замка.

В місцях встановлення комп'ютерів необхідно використовувати ***безвідблискові лампи***.

У готелях категорії 3* і вище доцільно передбачати люмінесцентну (або світлодіодну) рекламу та систему світлових покажчиків (напрямок руху, місця паркування, назва залів, пожежні гідранти тощо).

Вмикання і вимикання освітлення громадських приміщень повинні здійснюватися централізовано із спеціальних пунктів або щитів, розташованих поза шляхами евакуації. У коридорах і громадських приміщеннях має 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 гостей. Цими мережами забезпечується освітлення коридорів, сходів, під'їздів, вестибюлів, гардеробів, камер схову, радіовузла, пожежних покажчиків, кас, станцій пожежної та охоронної сигналізації, реклами тощо. Для вмикання і вимикання основного та чергового освітлення потрібно застосовувати реле часу та автоматичні фотовимикачі.

Для підключення в житловій кімнаті номера світильників, зарядних пристроїв мобільних телефонів, фотоапаратів, комп'ютерів, холодильників, електрочайників, телевізорів повинно передбачатись не менше 4-5 розеток.

Для використання фенів та інших електричних пристроїв у ванних кімнатах передбачають вологозахищені розетки з напругою 220 Вт.

7.4 Слабкострумове господарство

Слабкострумове господарство готелю охоплює засоби пожежної і охоронної сигналізації, систему радіо- і телебачення, локальну комп'ютерну мережу, систему часофікації, сповіщення та ін.

Радіосистема. Усі готельні номери незалежно від категорії обов'язково обладнують радіоприймачами. У невеликих готельних підприємствах – це одноканальний приймач, підключений в радіомережу. Великі готелі і комплекси мають власний радіовузол, який

транслює повідомлення, радіопрограми або музику. Крім того, радіовузол працює як система сповіщення – передає інформацію виключно для персоналу або для всіх людей, які перебувають у готелі. Оснащують радіовузли комп'ютерами, підсилювачами, ресиверами радіо- і відеосигналу (в т.ч. з супутника), мікрофонами, пристроями, що відтворюють звук з різних носіїв інформації.

Телевізійна система у готелях залежно від призначення поділяється на: відеоспостереження; охоронну; інформаційну; гостьову, підприємств харчування; конференц-залів. Сьогодні в більшості готелів (незалежно від їх категорії) у всіх номерах встановлюють телевізори. Проте в готелях категорії 1* і 2* можуть встановлювати телевізори тільки на прохання гостя, а в готелях категорії 3* і вище – наявність кольорових телевізорів обов'язкова. У 4* і 5*готелях, відповідно до ДСТУ 4269:2003, передбачений прийом програм телекомпаній світу, для чого використовують систему супутникового телебачення, а телевізор повинен мати дистанційне управління. Для зручності ремонту асортимент телевізорів повинен бути мінімальним. У номерах дозволяється проводити огляд телевізорів і дрібний ремонт. У решті випадків ремонт здійснюють у майстерні.

Телефонна система – одна з найнеобхідніших як для клієнтів, так і для адміністрації. Тип готельної телефонної станції залежить від кількості абонентських точок, призначення готельного комплексу і його розташування.

У готельних комплексах вищих категорій варто проєктувати 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 кожній кімнаті та у санвузлі додатково встановлюються телефонні апарати.

Комп'ютерна мережа. Найголовніше – це вихід у готельну мережу резервування номерів і бронювання квитків. Крім того, сюди входить забезпечення роботи служби прийому і розміщення, бухгалтерії, бізнес-центрів тощо, архівація даних. Для забезпечення стабільної роботи локальної мережі готелю необхідний сервер, який можна розташувати в радіовузлі або окремому

приміщенні. Комп'ютерні мережі використовуються і для здійснення аудіо- і відеозв'язку.

У кінозалах, бізнес-центрах, концертних залах, конференц-залах обладнують ***стаціонарні підсилювальні установки***. У цих приміщеннях встановлюють електророзетки для увімкнення мультимедійних та інших пристроїв і нестаціонарних кіноустановок, комп'ютер із підключенням до локальної мережі готелю та інтернету, проєктор з екраном, підсилювач і мікрофони за кількістю місць в конференц-залі, декілька мікрофонів для промовця і в кабінках для перекладачів, що виконують синхронний переклад, телевізор.

Виділяють два види **охоронної системи**: охоронну і пожежну сигналізації. ***Охоронна сигналізація*** складається з: датчиків-сповіщувачів, пульта сповіщення і мережі дротів. Пульт сповіщення може знаходитися на поверсі у чергової, у портьє або у служби безпеки готелю. Датчики розміщують на вікнах, дверях, в приміщеннях і на різних пристроях (сейфах та ін.); вони спрацьовують на розрив ланцюга в мережі сигналізації, при зміні об'єму в приміщенні або при русі в ньому якого-небудь об'єкта.

Оснащують охоронну систему пристроями внутрішнього і зовнішнього відеоспостереження, а також «тривожною кнопкою», при використанні якої відбувається виклик працівників правоохоронних органів. Подібні охоронні системи використовують і в номерах, але тільки 5* готелів. Тоді вони автономні й представлені: комп'ютером, який управляє; електронними дверними замками з читаючим пристроєм для «електронного ключа-картки»; програматорами для «ключів-карток».

Система пожежної сигналізації – це комплекс організаційних заходів і технічних засобів, спрямованих на запобігання пожежі і збитків від неї. До системи входять:

– *пристрої*, що забезпечують обмеження розповсюдження пожежі (спринклерні й дренчерні установки);

– *технічні засоби* (включаючи автоматичні) своєчасного сповіщення і евакуації людей;

– *засоби* протидимного захисту;

– *пристрій* аварійного відключення та перемикання установок і комунікацій.

Пожежна сигналізація складається з таких **елементів**:

– *датчиків-сповіщувачів* (діють при досягнені встановленого температурного, світлового порогів і порогу задимленості), які ідентифікують і передають інформацію про пожежу з місця її виникнення;

– *пульта*, що приймає інформацію про пожежу (розташованого на постах диспетчера готелю і пожежної охорони);

– *системи автоматичної тривоги*;

– *дротів*, що сполучають всі ці пристрої.

Система охоронної і пожежної сигналізації буває автоматичною, ручною, змішаною.

У великих готелях застосовується ***автоматизована система обліку номерного фонду*** і розрахунків із гостями та відвідувачами через обчислювальний центр.

З метою централізації управління і контролю за роботою інженерного устаткування за допомогою засобів автоматики, телемеханіки і зв'язку у великих готелях організовується ***диспетчерська служба.*** На диспетчерському пульті потрібно встановлювати пристрої з певним резервом для підключення нового устаткування.

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 застосовуються у готелях?*

5. *Дайте характеристику систем опалення, що використовуються у готельних комплексах.*

6. *Назвіть види кондиціонування повітря у готелях. Які вимоги ставляться до різних систем кондиціонування?*

7. *Охарактеризуйте принципи дії вентиляційних систем у готельних комплексах.*

8. *Розкрийте сутність 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, необхідні для безпечної роботи ліфтів.*

11. *Охарактеризуйте електроустаткування готельних комплексів залежно від їхньої категорії.*

12. *Назвіть і коротко охарактеризуйте види слабкострумових пристроїв, що передбачені у готелях.*

Тести для самоперевірки

1. До санітарно-технічного устаткування готелів відносять:

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, сміттєпровід, білизнопровід;

в) телеантени і телевізори, установки радіофікації, телефонізації, часофікації, комп'ютеризації, пожежної та охоронної сигналізації;

г) водогін, газопровід, нафтопровід, лінії електропередач, вентилятори, кондиціонери тощо.

2. З яких елементів складається внутрішня водогінна мережа?*

а) вводу; б) кранів у номерах;
в) виводу; г) водонапірно-запасних баків;
д) водомірного вузла; е) насосів;
є) водопровідної мережі будівлі з арматурою.

3. Які види водогонів виділяють за призначенням?*

а) господарсько-питним; б) питним;
в) господарським; г) протипожежним;
д) виробничим.

4. Який вид водогону практично НЕ використовується у готелях?

а) господарсько-питний; б) питний;
в) господарський; г) протипожежний;
д) виробничий.

5. З чого складається система протипожежного водогону?*

а) водомірного вузла;
б) мережі магістральних трубопроводів і стояків;
в) пожежних кранів;
г) водопроводів;
д) водонапірних установок.

6. У системах водопроводу з водонапірними баками недоторканний 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.

7. Якими бувають автоматичні системи пожежогасіння?

а) спринклерними; б) природними і механічними;
в) дренчерними; г) спринклерними і дренчерними.

8. До якої температури нагрівається холодна вода в системах гарячого водопостачання?

а) до 100°С; б) до 50°С; в) не вище 75°; г) не вище 90°С.

9. Якими бувають системи централізованого гарячого водопостачання за способом циркуляції?

а) закриті і відкриті;
б) з баками-акумуляторами та без них;
в) з природною циркуляцією, примусовою і змішані;
г) централізовані і децентралізовані.

10. Тупикові внутрішні системи ГВ 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.

11. Циркуляційні внутрішні системи ГВ 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.

12. Які системи опалення застосовують у готельних комплексах?*

а) водяне опалення; б) газове;
в) парове опалення; г) променеве опалення;
д) тепла підлога; е) радіаторне опалення;
є) повітряне.

13. Який вид опалення простий з точки зору технічного обслуговування і недорогим у невеликих готелях?

а) водяне опалення; б) газове;
в) парове опалення; г) променеве опалення;
д) тепла підлога; е) радіаторне опалення.

14. За призначенням системи вентиляції класифікуються на …

а) припливні і витяжні; б) природні і механічні;
в) центральні і місцеві; г) місцеві і загальнообмінні.

15. За способом переміщення повітря системи вентиляції поділяють на …

а) припливні і витяжні; б) природні і механічні;
в) центральні і місцеві; г) місцеві і загальнообмінні.

16. Який вид вентиляції використовується у готелях категорії 5?*
а) природна; б) механічна; в) центральна; г) місцева.

17. Яка система вентиляції використовується у виробничих приміщеннях, залах ресторанів і кафе, кухнях тощо?
а) природна; б) механічна; в) центральна; г) місцева.

18. Як називається створення в приміщенні необхідних кліматичних умов незалежно від зовнішніх кліматичних умов і внутрішніх чинників?
а) вентиляцією повітря; б) кондиціонуванням повітря;
в) циркуляцією повітря; г) очищенням повітря.

19. Залежно від радіуса дії системи кондиціонування поділяються на …
а) центральні і місцеві; в) потужні і малопотужні;
б) природні і механічні; г) внутрішні і зовнішні.

20. У міжстельовий простір у готелях вмонтовують _____кондиціонування.
а) канальні спліт-системи; б) мультизональні системи;
в) чилер-фанкойли; г) настінні спліт-системи.

21. Централізоване видалення пилу передбачене у готелях …
а) місткістю понад 100 місць і категорій 3-4*;
б) місткістю понад 500 місць і категорій 4-5*;
в) місткістю понад 200 місць незалежно від категорії;
г) місткістю понад 50 місць усіх категорій.

22. 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.

23. Які ліфти бувають у готелях?
а) пасажирські, вантажно-пасажирські і вантажні;
б) пасажирські і службові;
в) вантажні і службові;
г) центральні і службові.

24. Які дві групи ліфтів передбачені для готельних комплексів висотою понад 10 поверхів?
а) що розташовуються блоками на поверхах;
б) пасажирські і службові;
в) що зупиняються на парних і непарних поверхах.

25. Для готелів якої категорії Національним стандартом, 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*.

26. 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 вольтів, освітлення приміщень, яке живиться від електричних мереж з напругою 220 або 127 вольтів;

в) опалення, вентиляція, кондиціонування повітря, централізоване видалення пилу, сміттєпровід, білизнопровід.

27. У готелях яких категорій ДСТУ 4269:2003 передбачений прийом програм телекомпаній світу з використанням системи супутникового телебачення?

а) 3*; б) 4*; в) 5*; г) 4* і 5*.

28. Яке освітлення забезпечується черговим електроосвітленням в нічний час і в часи відпочинку гостей?

а) коридорів, сходів, під'їздів, вестибюлів, гардеробів, камер схову, радіовузла, пожежних покажчиків, кас, станцій пожежної та охоронної сигналізації, реклам і телефонних кабін;

б) ресторанів, кафе, барів, дискоклубів, нічних клубів, ігрових залів;

в) конференц-залів, розважальних закладів, бібліотек, косметичних салонів тощо;

г) прилеглої до готелю території, рекламних щитів та ін.

29. У готелях якої категорії у ванній кімнаті багатокімнатного номера додатково встановлюється телефонний апарат без набору номера?

а) 3*; б) 4*; в) 5*; г) 4* і 5*.

30. Для централізації управління і контролю за роботою інженерного устаткування, телемеханіки і зв'язку у великих готелях організовують ...

а) системи обліку номерного фонду;

б) диспетчерську службу;

в) службу охорони;

г) систему пожежної сигналізації.

РОЗДІЛ 3
ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

ТЕМА 8. ПОЧАТКОВА ФАЗА ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У ГОТЕЛЯХ

8.1 Організаційна структура готельного підприємства.
8.2 Технологічний цикл обслуговування клієнтів.
8.3 Організація бронювання у готелях.
8.3.1 Основні терміни, що використовуються при бронюванні.
8.3.2 Види бронювання.
8.3.3. Форми та засоби бронювання.
8.3.4 Автоматизовані системи бронювання.
8.3.5 Функції відділу бронювання та обов'язки персоналу.
8.3.6 Технологічний процес бронювання місць у готелях.

8.1 Організаційна структура готельного підприємства

Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю, його місцезнаходженням, специфікою гостей та іншими факторами.

Для замкнутого технологічного циклу обслуговування туристів у готелі передбачені такі **основні служби**:

- служба прийому та розміщення;
- служба обслуговування номерного фонду;
- адміністративна служба;
- служба харчування;
- інженерні (технічні) служби;
- допоміжні й додаткові служби.

Це мінімальний набір служб, що забезпечують надання основних послуг. Але в курортних і туристичних готелях категорії 4-5* кількість служб значно більша, кожна з них виконує специфічні функції.

Служба прийому і розміщення (служба рецепції) забезпечує прийом, реєстрацію, розміщення туристів по номерах, розрахунки, бронювання місць і організацію відправлення туристів до наступного пункту подорожі або додому.

Служба обслуговування номерного фонду відповідає за обслуговування туристів у номерах, дотримання належного санітарно-гігієнічного стану і рівня комфорту в житлових приміщеннях, займається наданням побутових послуг гостям.

Адміністративна служба відповідає за організацію керування всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням і підтримкою необхідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм і правил з охорони праці, техніці безпеки, протипожежної й екологічної безпеки.

Служба харчування забезпечує обслуговування гостей в ресторанах, кафе або барах готелю, вирішує питання з організації і обслуговування банкетів, презентацій тощо.

Інженерні (технічні) служби створюють умови для функціонування систем кондиціонування, теплопостачання, санітарно-технічного устаткування, електротехнічних пристроїв, служб ремонту та будівництва, систем телебачення і зв'язку.

Допоміжні служби забезпечують процес роботи готельного комплексу, пропонуючи послуги пральної, кравецької, білизняної служб, служби прибирання приміщень, послуги складу й ін.

Додаткові служби надають платні послуги. До їх складу входять перукарня, басейн, сауна, солярій, аерарій, спортивні споруди й інші підрозділи.

8.2 Технологічний цикл обслуговування клієнтів

Технологія – це сукупність методів, прийомів, режим роботи, послідовність процедур у поєднанні з використанням засобів, обладнання, матеріалів, інструментів, координованих процесом управління й організації.

У сфері гостинності технологія обслуговування належить до чинників, які впливають на якість процесу обслуговування, фінансово-економічну ефективність функціонування, процес управління підприємством. Організація цього процесу в готелях стандартна, хоча в кожному із них, відповідно до розмірів, категорії, орієнтації на ринковий сегмент, технологічному процесу притаманна певна ідентичність.

Технологія обслуговування клієнтів у готелях характеризується **циклічністю** – послідовним повторенням процесу обслуговування гостя від часу його прибуття до остаточного від'їзду.

Технологічний цикл обслуговування – це уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх надання, яким має намір скористатись клієнт і які пропонує засіб розміщення. Перелік послуг та їх якість можуть відрізнятись, але надання головних послуг на кожному етапі завжди здійснюється в певній послідовності.

Технологічний алгоритм гостьового циклу умовно поділяють на чотири етапи (фази):

1) до приїзду в готель — бронювання (Reservation);
2) прибуття клієнта в готель (Arrival), реєстрація (Check in Procedure) і розміщення клієнта (Accommodation);
3) проживання (Staying) й обслуговування гостя в готелі;
4) виїзд (Departure), остаточна оплата гостем послуг готелю.

Перша фаза гостьового циклу починається зі спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до прибуття гостя у засіб розміщення. Це здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язано з імовірністю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю.

Інформація про можливість бронювання номерів (місць) може надходити з постійних та епізодичних джерел. ***Постійні*** *джерела заявок на бронювання* – від туристичних агентів із продажу, компаній, фірм, які організовують виставки, конференції, семінари, а також від промислових та інших компаній, близьких у розташуванні до готелю, що зумовлює необхідність розміщення працівників, бізнес-партнерів. До постійних джерел також належить централізоване бронювання. ***Епізодичні*** *(поодинокі) заявки на бронювання* надходять від фізичних осіб або компаній, у яких виникла потреба в одноразовому розміщенні в готелі.

Під час першого потенційного контакту клієнт отримує від працівника готелю інформацію про послуги, розташування відомих об'єктів, тарифи тощо або може підтвердити важливу для себе інформацію про засіб розміщення. Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби рецепції заявки клієнта в Журнал реєстрації бронювання номерів (місць) (форма 7-г, див. додаток Д) та відповідне програмне забезпечення, яким

користується готель. З цього моменту ***офіційно починається гостьовий цикл*** обслуговування клієнта у готелі.

Упродовж першої фази гостьового циклу відбувається *остаточна* ***підготовка*** *засобу розміщення до прийому гостя* – до прибуття підтверджується факт його приїзду, ймовірна часткова зміна терміну прибуття, необхідність трансферу, екскурсійні послуги та ін. У переддень поселення здійснюють остаточну санітарну підготовку номера.

Друга фаза гостьового циклу пов'язана із зустріччю гостей на вокзалі, в аеропорту, трансфером у готель, реєстрацією та розміщенням клієнта в готелі.

Зустріч гостей і трансфер до готелю виконують важливу психологічну й анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем клієнти запам'ятовують найяскравіше та найдовше. У процесі трансферу доцільно надати інформацію клієнтові про особливості розташування готелю відносно важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста.

З прибуттям у готель друга фаза гостьового циклу пов'язана з організацією поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування, попередньо оплачує проживання та наперед замовлені додаткові й супутні послуги готелю. Отже, ця фаза виконує також інформаційну, адаптаційну й комунікаційну функції.

Третя фаза гостьового циклу найтриваліша і пов'язана з обслуговуванням гостей. Готелі, крім послуг розміщення, для комфортного проживання повинні надавати (відповідно до категорії, спеціалізації, розмірів тощо) певний обсяг додаткових послуг. У готелях з високим рівнем обслуговування діють бізнес-центри, бюро обслуговування, оздоровчі центри, транспортні, туристичні агенції тощо. Додаткові й супутні послуги також забезпечують доходи готелів. Частка доходів від пропозиції таких послуг може сягати 30 %.

Під час **четвертої фази гостьового циклу** відбувається повний розрахунок клієнта за проживання та надані додаткові платні послуги. Разом із клієнтом потрібно переглянути точність рахунку і відповідність усіх нарахувань за термін його перебування в готелі. Правильність рахунку підтверджує підпис клієнта.

В окремих готелях завершальна фаза гостьового циклу пов'язана з трансфером гостей на вокзал. Запровадження цієї послуги стимулює гостей повторно відвідати даний заклад розміщення завдяки комфортності та індивідуальному підходу до кожного з них.

8.3 Організація бронювання у готелях

8.3.1 Основні терміни, що використовуються при бронюванні

При бронюванні послуг у готелях послуговуються такими визначеннями (див. додаток В):

– ***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*, *пізнє анулювання*, *неприбуття*. В разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф із замовника згідно з умовами, викладеними в договорі;

– *своєчасне анулювання* – відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни.

– *пізнє анулювання* – анулювання 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 абоануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення.

8.3.2 Види бронювання

У готелях розрізняють два основні **види бронювання**: гарантоване і негарантоване.

Гарантоване бронювання підтверджується гарантією надати клієнтові номер до розрахункового часу в наступний після прибуття день (12 год). Актуальність цього бронювання для клієнта полягає у можливості скористатись послугами готелю у випадку запізнення, але не більше ніж до розрахункового часу наступного дня. Якщо ж клієнт не використає таку можливість, готель отримує передоплату та використовує номер за власним бажанням. У деяких випадках гарантоване бронювання може діяти на весь термін перебування клієнта в готелі.

У світовій практиці готельного бізнесу використовують термін «*ноу-шоу*», що стосується тих клієнтів, які забронювали номер, але не скористалися ним або анулювали замовлення. Гарантоване бронювання захищає доходи готелю навіть у разі «ноу-шоу».

Бронювання номера можна підтвердити кількома **способами:**

– *кредитними картками*. В такому випадку фіксується номер картки клієнта. Якщо бронювання не було анульоване до визначеного часу, готель виставляє рахунок на кредитну картку клієнта, і компанія, яка обслуговує кредитні картки, знімає зазначену суму і переводить на рахунок готелю. Цей спосіб найпопулярніший у більшості готелів за кордоном;

– *передоплатою,* яку повністю вносять до дати прибуття і зараховують до оплати готельних послуг під час остаточного розрахунку. Ця форма бронювання найбажаніша для готелів;

– *авансовим внеском (неповною передоплатою),* що становить 50% вартості номера і сплачується клієнтом до прибуття. Якщо поселяють у двомісний номер та номери більшої місткості, бронювання більше одного місця не оплачують;

– *турагентом*. При цьому способі гарантії у разі «ноу-шоу» готель виставляє рахунок на турагентство;

– *бронюванням юридичними особами* (*корпоративним бронюванням*). Корпорація може підписати контракт з готелем, за яким погоджується узяти на себе фінансову відповідальність за будь-яке «ноу-шоу» клієнтів, спонсором яких воно є.

При поселенні на додаткове місце оплата за бронювання не проводиться. При запізненні груп або окремих громадян, окрім оплати за бронювання, стягується оплата за фактичний час простою номерів, але не більше ніж за одну добу. Якщо запізнення відбулося більш ніж на добу, броня анулюють.

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.

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).

Негарантоване бронювання – це форма бронювання, при якій готель пропонує номер клієнтові до настання часу ануляції (18 год.) у день прибуття. Якщо гість не з'явиться до цього часу, готель пропонує номер відповідно до інших замовлень. При запізненні клієнта чи прибутті після ануляції бронювання, якщо номер залишається непроданим, готель може запропонувати його клієнтові. *Послуги негарантованого бронювання не оплачують*.

Подвійне бронювання – це підтвердження майбутнього надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на одну і ту ж дату. Готель ризикує, оскільки можуть одночасно приїхати обидва клієнти. Цей ризик виправданий тоді, коли ретельно аналізується багаторічний досвід роботи готелю щодо середньої кількості анульованих заявок. Але якщо обидва клієнти приїхали в готель, то місце одержує той, хто приїхав раніше. Для розміщення іншого клієнта готель має зв'язок з фірмами, що здають в оренду житло, або з поруч розташованими готелями, куди можна його переадресувати.

8.3.3 Форми та засоби бронювання

Розрізняють такі організаційні **форми** бронювання:

– **централізоване бронювання**. Типова форма у світовій готельній практиці, яку широко використовують провідні корпорації. Відомі готельні ланцюги вносять інформацію до довідкової си-

стеми централізованого резервування, яка стає доступною потенційним клієнтам та операторам, котрі займаються реалізацією послуг готелів цього ланцюга, розташованих у різних регіонах світу. Корпоративні зв'язки в готельних ланцюгах сприяють прискоренню процесу бронювання та зниженню загальних витрат. Витрати у системі централізованого бронювання незначні, доступні навіть невеликим готелям. Одночасно централізованими системами користуються готелі, що не входять до її структури. Вони можуть отримати замовлення на бронювання лише після заповнення всіх номерів у готелях із контрактними угодами.

Різновидом централізованого бронювання є система, яка об'єднує на основі угоди незалежні готелі. Вона часто функціонує на зразок першої, але сформована з окремих компаній, зайнятих обслуговуванням готелів невеликого регіону.

Для ефективнішого функціонування центральні офіси обмінюються інформацією про наявність вільних номерів, здійснюють резервування в готелях, що входять до мережі, через певні відтинки часу згідно з графіком.

Центральні системи з бронювання забезпечують діяльність філій мережі необхідним технічним обладнанням для зв'язку й отримують певний відсоток з операцій із бронювання. Водночас кожен готель повинен регулярно надавати до центрального офісу з резервування інформацію про заповнення номерного фонду;

– **міжготельні агентства** – централізовані системи бронювання, які укладають угоду зі співпраці з більше ніж однією виробничою лінією. Вони найчастіше переадресовують замовлення на бронювання номерів до централізованої системи або з'єднуються безпосередньо з готелями. Окрім резервування місць у готелях, такі агентства часто надають послуги з бронювання для авіакомпаній;

– **бронювання безпосередньо в готелі** здійснює переважно відділ бронювання у готелях, що притаманно, насамперед, малим незалежним підприємствам;

– **бронювання туроператорами** й іншими організаціями. В окремих випадках туроператори виконують функцію з бронювання місць у курортних готелях. Аналогічні функції здійснюють організатори конференцій і нарад у спеціалізованих конференц-

готелях. У таких випадках туроператори стають основним джерелом резервування.

Для резервування використовують різні технічні засоби: телефон; мережу Інтернет; факс; телеграму; лист.

Використання телефону й інтернету – найпоширеніші **способи бронювання**. Перший спосіб має певні переваги порівняно з іншими видами, оскільки забезпечується «живе» спілкування клієнта й оператора, завдяки якому клієнт отримує перші враження про готель. Тому працівник готелю повинен проявити майстерність у спілкуванні з клієнтом і вплинути на його вибір, зазначивши переваги готелю над іншими. Водночас оператор з бронювання має змогу одержати значно повнішу інформацію про клієнта, запропонувати йому, крім основних, додаткові послуги.

У готелях, що приймають замовлення на резервування номерів **телефоном**, використовують спеціальні бланки з графами, де проставляють відмітки про бронювання. Цей спосіб передбачає *необхідне письмове підтвердження*.

Дедалі більшої популярності у світовій практиці набуває бронювання номерів із використанням **мережі Інтернет**, *переваги* якої пов'язують із:

– *оперативністю зв'язку* (здійснюється з різними регіонами світу в режимі on-line за лічені секунди, переадресовуються замовлення у готельній мережі від одного до іншого готелю);

– *повнотою інформації* (набором послуг і візуальним її сприйняттям на моніторі комп'ютера);

– *зручністю формулювання замовлень* на резервування, простотою програмного забезпечення, доступністю для клієнта;

– *розміром оплати* за користування інформаційними послугами;

– *надійністю* технічного забезпечення та зв'язку.

Такі засоби резервування місць у готелях як факс, лист чи телеграма залишилися в минулому.

8.3.4 Автоматизовані системи бронювання

Впровадження **систем бронювання** дозволило істотно скоротити час на обслуговування клієнтів, забезпечити бронювання в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг, оптимізувати формування маршруту туристів за ціною, часом польоту і іншими завданнями. Поширення *комп'ютерних систем резервування CRS*

(Computer Reservation System) пов'язане зі збільшенням обсягів послуг, розширенням їх асортименту, скороченням вартості електронних послуг бронювання.

Найбільшими і найпопулярнішими комп'ютерними системами резервування (бронювання) на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, послугами яких користується понад 800 тисяч туристичних агентств усього світі.

Система Amadeus була створена в 1987 р. крупними європейськими авіакомпаніями Air France, Iberia, Lufthansa, SAS. За обсягами міжнародних бронювань є найбільшою в світі. Її послугами користується понад 70% туристичних агентств Європи і 36 млн. туристів (щоденно). Вона має багато модулів із бронювання:

– польотів (Amadeus Air);

– автомобілів (Amadeus Car);

– місць у готелях (Amadeus Hotel);

– забезпечує пошук готелю за обраними визначними місцями (Amadeus Pro Tempo);

– виводить на екран монітору карту місцевості, де визначено місце розташування готелю, яким зацікавився клієнт (Amadeus Mapping) та ін.

Система Galileo, заснована в 1987 р. авіакомпаніями British Airways, Swissar, KLM та Covia, представлена в 116 країнах світу, Її ресурс – 500 авіакомпаній, 51000 готелів, 31 компанія з оренди авто, всі основні круїзні компанії, 430 туроператорів, користувачами є 47000 турагенцій.

Система бронювання Sabre, була створена в 1964 р. авіакомпанією American Airlines. Підсистема бронювання місць у готелях створена в 1976 р. Sabre працює в 45 країнах світу і забезпечує інформування про надання послуг перекладачів, багатомовних гідів, оренди автомобілів, бронювання місць в готелях, організацію екскурсій, відвідування культурних заходів, прогноз погоди, курси валют та ін.; спрощений пошук найнижчих цін за переліт; демонстрацію географічних карт, відео- та фотознімків місць відпочинку, готелів і визначних місць з використанням приблизно 150 критеріїв для вибору потрібного клієнту закладу розміщення.

Комп'ютерна система бронювання Worldspan створена в 1990 р. в результаті злиття систем «DATAS II» і «PARS» авіакомпаній TWA і Delta Airlines, розпочала свою діяльність у 1993 році. Система здійснює здебільшого резервування на авіатранспорті, номерів у готелях, екскурсійних бюро, театрах і інших закладах культури, у компаніях по оренді автомобілів, надає довідкову інформацію, пов'язану з туризмом.

Інтернет-системи бронювання (IDS), відомі як Альтернативні системи бронювання (ADS), з'явилися на початку 90-х років XX ст. і відразу склали конкуренцію уже існуючим глобальним системам резервування (GDS). На відміну від останніх, ADS дозволяють користуватися послугами бронювання не тільки турагенціям, але й приватним особам. Кожен клієнт може самостійно обрати готель, тип номеру на чітко визначені дати, забронювати в режимі реального часу, відразу отримати підтвердження на електронну пошту. Сьогодні у світі існує велика кількість подібних сайтів, найпопулярнішими серед них є Travelocity.com, HRS.com, Hotels.com, Expedia.com, Priceline.com та багато інших, як от Booking.com, Hotels24.com, Airbnb.com, якими активно користуються українські споживачі туристичних послуг.

Долучення готелю до системи електронного бронювання дозволяє вносити власну інформацію у довідкову систему, доступну всім потенційним клієнтам та операторам, зайнятим реалізацією послуг цього готелю. Сучасні системи бронювання включають широкий спектр засобів надання інформації – використання світлин, детальний опис готельних номерів. Деякі готельні комплекси застосовують тривимірну графіку, що дозволяє клієнтові віртуально ознайомитись з готелем.

Комп'ютерні системи у найкоротший час (за кілька секунд чи хвилин) підбирають, відповідно до замовлення, номери, надають інформацію про місто, регіон, важливі туристські атракції. Комплексний характер цих систем забезпечує не лише бронювання номерів у готелях, авіапослуги, оренду автомобілів, круїзні поїздки, а й інформацію про курси валют, погоду, роботу місцевого транспортного сполучення. Великі готельні комплекси мають свій вебсайт у мережі Інтернет, на якому розміщують власну сторінку для on-line бронювання.

8.3.5 Функції відділу бронювання та обов'язки персоналу

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях діє як окрема структурна ланка управління, але найчастіше – у структурі ***служби прийому та розміщення***. Виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання позначається на рентабельності готелю. При пошуку готелю клієнт знайомиться з кількома пропозиціями, обираючи кращу, тому агент із бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах даного готелю в обслуговуванні.

Цей відділ найчастіше працює у період найвищої активності клієнтів – з 8 до 18 год. Кількість працівників залежить від розмірів готелю і становить 3-5 осіб, основне завдання яких полягає в реалізації найбільшої кількості номерів готелю за максимально високими цінами. Окрім цього, відділ досліджує ринок: вивчає динаміку попиту на готельні послуги, аналізує заповнення номерів, програму заходів, які відбуваються в регіоні (спортивні змагання, фестивалі, конференції та ін.), і разом зі службою маркетингу прогнозує діяльність готелю.

Під час масових заходів попит на готельні послуги зростає в декілька разів. Готелям вигідно бронювати місця для заходів з великою кількістю учасників, оскільки в таких випадках попереднє замовлення здійснюють заздалегідь до події, і ризик його анулювання незначний.

З-поміж основних **посадових та фахових обов'язків** персоналу відділу резервування виділяють:

– комунікабельність у стосунках із клієнтами, швидке та чітке реагування на замовлення з розміщення;

– фахове знання процесу бронювання, оперативну систематизацію інформації, яка надходить від клієнтів, та інформації про стан заповнення номерного фонду;

– знання тарифів на послуги розміщення, додаткові послуги, цінові пільги й сезонні зміни цін;

– уміння аналізувати характерні риси клієнта, прогнозувати його реальні наміри, впливати на нього з метою досягнення максимального ефекту від співпраці;

– навички роботи з сучасними системами резервування.

8.3.6 Технологічний процес бронювання місць у готелях

Процес бронювання складається з таких **етапів:**

– заявки на бронювання;
– визначення вільних номерів для бронювання;
– реєстрації замовлення;
– підтвердження бронювання;
– виконання замовлення;
– складання звіту з бронювання.

Заявка на бронювання. Саме з неї починається процес співпраці клієнта й готелю. Заявка надходить по мережі Інтернет, телефону, пошті чи іншим шляхом особисто від клієнта чи від посередника (фізичної або юридичної особи). Кожну заявку повинен реєструвати відділ бронювання. Вона повинна містити таку *інформацію*:

– прізвище, імена осіб, котрі прибувають;
– дату прибуття, тривалість перебування, дату від'їзду;
– категорію номера, кількість номерів;
– форму оплати (готівкова, безготівкова, реквізити організації, яка оплачує послуги).

Визначення вільних номерів для бронювання. Після отримання замовлення (незалежно від системи бронювання), оперативно аналізують номерний фонд для уникнення прийому попередніх замовлень на кількість номерів, яка перевищує кількість вільних. Вільні місця контролюють у процесі резервування через використання різних технологічних методів: комп'ютерної системи (у випадку бронювання через мережу Інтернет); книги контролю бронювання; настінного графіка.

Сучасні комп'ютерні системи бронювання автономно відстежують попередні замовлення, кількість зайнятих та вільних номерів і тих, що звільнились, щоденний дохід від замовлення. Аналіз здійснюють за категоріями номерів, гостей та іншими характеристиками. Програми блокують замовлення під час заповнення готелю чи окремих категорій номерів, але водночас можуть пропонувати альтернативні номери з відповідними розцінками або інші найближчі готелі певної категорії, спеціалізації та ін.

Застосування комп'ютерних систем бронювання зумовлює періодичну перевірку систем, зокрема у період їхнього інтенсивного

використання. Навіть у раціонально запрограмованих системах виникають збої.

Книгу контролю бронювання використовують у некомп'ютеризованих готелях. Вона має вигляд стандартного швидкозшивача, який дозволяє замінювати сторінки. На кожній сторінці номери поділені на типи і кожному номеру присвоєне певне число. При попередньому замовленні певного типу номера на невідміченому числі присвоєного номера ставлять хрестик у день прибуття. При бронюванні номера на декілька днів на наступних сторінках відповідні номери обводять колом. Окремі труднощі використання книги контролю виникають при ануляції замовлень або зміні попереднього резервування. Для уникнення технічних труднощів книги контролю бронювання необхідно регулярно замінювати.

Настінний графік для контролю бронювання дедалі рідше застосовують у некомп'ютеризованих готелях. Його принцип такий:

– номери готелю розташовані вертикально, дні й місяці – горизонтально, зазначені також розцінки;

– для різних типів номерів використовують різні кольори;

– при попередньому замовленні перевіряють наявність вільних місць за графіком на основі дати прибуття клієнта, тривалості перебування і типу номера;

– при виявленні вакантного місця, агент із бронювання виділяє клієнтові певний номер, закріпивши стрічку над лінією, що відповідає цьому номеру;

– стрічку протягують від дати прибуття до дати від'їзду, на ній часто зазначають прізвище клієнта;

– якщо виникає потреба внести зміни у датах настінного графіка, працівник пересуває стрічку в інше місце;

– після анулювання замовлення стрічку вилучають із графіка.

Якщо номер, що відповідає заявці, зайнятий, то клієнту пропонують номер альтернативного типу і ціни. За відсутності номера або незгоди клієнта на пропозиції, відділ бронювання пропонує альтернативний готель. Корпоративні стосунки між готелями допомагають швидко компенсувати тимчасові незручності в бронюванні.

Реєстрація замовлення з бронювання. Після надходження заявки на бронювання та перевірки наявності відповідно до заповнення номерів у готелі оператор із бронювання реєструє її. Разом

із реєстраційним записом працівник відділу бронювання отримує важливу інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, по батькові або дані про організацію-замовника, форму оплати, кількість і категорії номерів, тривалість перебування і побажання стосовно умов проживання, інформацію з передоплати. Така інформація може стати основою для індивідуального підходу в обслуговуванні клієнта та перевірки його платоспроможності. Після внесення необхідної інформації відділ бронювання присвоює клієнтові номер для підтвердження бронювання.

Заявки на бронювання номерів (місць) реєструють у журналі єдиного зразка, затвердженого до використання як форма документів чіткої звітності й первинного обліку (форма № 7-Г додатку Ж).

Коли передбачений розрахунок за передоплатою або авансовим внеском, готель повинен отримати від клієнта гарантії про внесення грошової суми до узгодженої дати. Перед настанням дати попереднього внеску або передоплати агент із бронювання перевіряє виконання зобов'язань клієнта. Якщо необхідна сума не внесена, то відповідно до рішення відділу бронювання, гарантоване бронювання переводять у категорію негарантованого.

При бронюванні, яке здійснює турагент за дорученням клієнта, організатора конференцій, нарад, підприємства тощо, працівник відділу бронювання повинен з'ясувати назву, адресу організації-замовника, реквізити уповноваженої особи, рахунок.

Під час реєстрації замовлення відділ бронювання обов'язково інформує гостя про *тарифи на послуги* готелю. Клієнт також має *знати* про:

– додаткові послуги, які надають за додаткову плату;

– вимоги стосовно мінімальної тривалості проживання, що діють на дату подання заявки з бронювання;

– пільгові умови, які існують на дату бронювання;

– курс обміну іноземної валюти під час визначення рахунку для іноземних туристів;

– відсоток податку на номер.

Для позитивного іміджу готелю та довіри клієнтів необхідно дотримуватись тарифів, задекларованих при бронюванні.

Підтвердження бронювання. Цей етап узгоджує готовність готелю надати послуги з розміщення, а клієнта – підтвердити наміри скористатись ними.

На отриману заявку упродовж дня направляють підтвердження у письмовій формі (або у вигляді електронного листа). На заявку, яка надійшла поштою, підтвердження відсилають у письмовій формі впродовж однієї-двох діб. У **повідомленні-підтвердженні** зазначають:

– номер реєстрації заявки;
– дату і час передбачуваного прибуття та від'їзду клієнта;
– тривалість проживання в готелі;
– ціну і тип замовленого номера;
– кількість осіб, які прибувають, і кількість місць;
– тип бронювання (з гарантією, без гарантії);
– додаткові побажання, що спеціально обумовлюються;
– інформацію про можливість зміни дати прибуття, відміну бронювання.

Після прибуття клієнта у готель підтвердження з бронювання у друкованому варіанті можна використовувати за певних непередбачуваних ситуацій під час поселення.

Відповідно до заявок, відділ бронювання складає перспективний план заселення готелю на певний період (добу, тиждень, місяць, рік). Важливо своєчасно реєструвати замовлення та прискіпливо вести базу даних.

Діяльність відділу бронювання безпосередньо пов'язана зі службою прийому та розміщення, між якими постійно повинен відбуватися обмін інформацією про заповнення номерів у поточний час. Недостовірна інформація про номерний фонд і стан резервування призведе до зниження доходів від нереалізації номерів та втрати довіри клієнтів у випадку подвійного бронювання.

Відміна бронювання. При зміні намірів потенційного клієнта зупинитись у готелі він повинен заздалегідь повідомити про це відділ бронювання, який ліквідовує статус броні на номер і пропонує його іншому клієнтові.

Щоб скасувати негарантоване бронювання, оператор повинен мати інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, адресу, кількість замовлених номерів, дату передбачуваного прибуття та від'їзду.

Факт відміни бронювання вносять до реєстраційного журналу, бази даних, водночас, оператор повинен дізнатись у клієнта, чи не бажає він змінити дату резервування.

Якщо здійснювалось гарантоване бронювання, що забезпечувалось кредитною карткою, внесенням авансу або передоплати, а також бронювання підприємствами, туристичними агентствами чи іншими організаціями, оператор робить запис у журналі реєстрації бронювання про відміну бронювання, зазначаючи номер. Гроші повертаються клієнту. Деякі готелі завчасно попереджають про неповернення коштів у разі відміни бронювання після заздалегідь обумовленої дати.

Звіт із бронювання. Для організації та ефективного управління готелем важливими є маркетингові дослідження, що ґрунтуються на обліку кількості нереалізованих номерів. Це дозволяє прогнозувати доходи від їхнього бронювання. *Звіт складається з таких пунктів*:

1) *про операції* (зазначають інформацію про щоденне бронювання: кількість заброньованих номерів, зміни у термінах, відміна бронювання, можливі зміни у кількості зайнятих номерів, клієнтів, що не прибули та ін.).

2) *про відмови* (містять інформацію про кількість відмов клієнтам у зв'язку із зайнятими номерами згідно з попередніми замовленнями);

3) *прогнозування доходів* (подають розрахунок можливого доходу від бронювання, зазначаючи суму, отриману множенням заброньованих номерів на їхню вартість).

У звітах із бронювання подають інформацію про кількість осіб, поселених у номерах, джерело бронювання, кількість неприбулих клієнтів, кількість продовжених візитів і дострокових від'їздів, узгоджених з готелем.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Назвіть і коротко охарактеризуйте основні служби, які працюють у готелях незалежно від категорії.

2. Дайте визначення термінів «технологія», «циклічність», «технологічний цикл обслуговування». З яких етапів складається гостьовий цикл?

3. Охарактеризуйте перший етап гостьового циклу. Які операції здійснює персонал готелю під час даної фази?

4. Дайте характеристику всіх етапів гостьового циклу.

5. Розкрийте сутність основних термінів, якими послуговуються при бронюванні.

6. Охарактеризуйте гарантоване і негарантоване бронювання. В чому сутність подвійного бронювання?

7. Назвіть способи підтвердження гарантованого бронювання. Який із них найпопулярніший у готелях?

8. Які організаційні форми бронювання розрізняють у готельному господарстві?

9. Дайте характеристику основних способів бронювання місць (номерів) у готелях. Назвіть їхні переваги та недоліки.

10. Охарактеризуйте найпопулярніші автоматизовані глобальні системи бронювання у готельному господарстві.

11. Які функції виконують працівники відділу з бронювання? Назвіть їхні основні посадові обов'язки.

12. Назвіть етапи технологічного процесу бронювання місць у готелях. Яка інформація міститься в заявці на бронювання?

13. Як відбувається визначення вільних номерів для бронювання у готелях?

14. Опишіть процес реєстрації замовлення з бронювання.

15. Як відбувається підтвердження бронювання? Яка інформація міститься в листі-підтвердженні?

16. Назвіть складові звіту із бронювання.

Тести для самоперевірки

1. Які готельні служби відносять до основних?*

а) служба прийому і розміщення;
б) служба обслуговування номерного фонду;
в) комерційна служба;
г) служба фінансів і маркетингу;
д) служба харчування;
е) інженерні (технічні) служби;
є) допоміжні і додаткові служби;
ж) адміністративна служба.

2. Яка служба забезпечує прийом, реєстрацію, розміщення туристів по номерах, розрахунки, бронювання місць і організацію відправлення додому?

а) служба прийому і розміщення;
б) служба обслуговування номерного фонду;
в) адміністративна служба;
г) служба фінансів і маркетингу;
д) служба експлуатації номерного фонду.

3. Сукупність методів, прийомів, режим роботи, послідовність процедур у поєднанні з використанням засобів, обладнання, інструментів, координованих процесом управління й організації називається …

а) технологією; б) ідеологією;
в) циклічністю; г) алгоритмом.

4. Послідовне повторення процесу обслуговування гостя від часу його прибуття до остаточного від'їзду називається …

а) технологією; б) ідеологією;
в) циклічністю; г) алгоритмом.

5. Як називається уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх надання, яким має намір скористатись клієнт і які пропонує засіб розміщення?

а) технологією; б) алгоритмом;
в) циклічністю; г) циклом обслуговування.

6. Які етапи виділяють у гостьовому циклі?

а) до приїзду в готель;
б) прибуття в готель, реєстрація і розміщення;
в) проживання й обслуговування;
г) виїзд і остаточна оплата;
д) усі відповіді правильні.

7. Як називаються заявки на бронювання, які надходять від фізичних осіб або компаній, у яких виникла потреба в одноразовому розміщенні?

а) постійними; б) епізодичними;
в) циклічними; г) одноразовими.

8. Яка фаза гостьового циклу пов'язана із зустріччю гостей на вокзалі, в аеропорту, трансфером у готель, реєстрацією та розміщенням?

а) перша; б) друга; в) третя; г) четверта.

9. Яка фаза гостьового циклу найтриваліша?

а) перша; б) друга; в) третя; г) четверта.

10. Як називається згода готелю щодо виконання замовленого обумовленого переліку основних і додаткових послуг згідно з заявкою?

а) бронюванням; б) підтвердженням;
в) анулюванням; г) відмовою.

11. Анулювання у термін не пізніше ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни, вважається …

а) раннім; б) пізнім; в) своєчасним; г) вчасним.

12. Як називається бронювання, при якому номер клієнтові надають до розрахункового часу в наступний після прибуття день?

а) гарантованим; б) негарантованим;
в) подвійним; г) підтвердженим.

13. Який спосіб гарантування бронювання найпопулярніший за кордоном?
а) кредитними картками; б) передоплатою;
в) авансовим внеском; г) юридичними особами.

14. Як називається бронювання, при якому номер клієнтові надають до настання часу ануляції у день прибуття?
а) гарантованим; б) негарантованим;
в) подвійним; г) підтвердженим.

15. Як називається підтвердження майбутнього надання місць у готелі одночасно двом клієнтам на одну і ту ж дату?
а) гарантованим; б) негарантованим;
в) подвійним; г) підтвердженим.

16. Який спосіб бронювання забезпечує «живе» спілкування клієнта з оператором?
а) телефон; б) Інтернет; в) листування; г) телефакс.

17. Яка автоматизована система бронювання є найбільшою за обсягами бронювань у світі?
а) Amadeus; б) Galileo; в) Sabre; г) Worldspan.

18. Який етап НЕ входить до процесу бронювання?
а) заявка на бронювання; б) реєстрація замовлення;
в) визначення вільних номерів; г) підтвердження бронювання;
д) виконання замовлення; е) трансфер до готелю;
є) складання звіту з бронювання.

19. З якого етапу починається процес співпраці клієнта і готелю?
а) заявки на бронювання; б) реєстрації замовлення;
в) визначення вільних номерів; г) підтвердження бронювання;
д) виконання замовлення; е) трансферу до готелю;
є) складання звіту з бронювання.

20. При бронюванні вільні місця контролюють через …*
а) сучасні комп'ютерні системи бронювання;
б) книгу контролю бронювання;
в) настінний графік;
г) записи і нотатнику;
д) наявність ключів від номерів у відповідних комірках.

21. Який документ обов'язковий при бронюванні місця (номера) в готелі?
а) лист-підтвердження; б) чек про оплату;
в) скріншот переписки; г) усна згода персоналу.

22. Для чого складаються звіти із бронювання у готелях?
а) для прогнозування доходів; б) для аналізу ситуації;
в) для підрахунку доходів; г) для розподілу номерів.

ТЕМА 9. ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ СЛУЖБОЮ ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ

9.1 Поняття про процес реєстрації гостей у готелі.
9.2 Сутність передреєстраційного етапу.
9.3 Реєстрація гостей у готелях.
9.4 Визначення номера і тарифів.
9.5 Оплата готельних послуг.
9.6 Видача ключів від номера і супровід гостя.
9.7 Зміна номерів, повернення коштів і відмова у поселенні.
9.8 Організація виїзду з готелю.
9.9 Нічний аудит.

9.1 Поняття про процес реєстрації гостей у готелі

Привітання персоналом гостей під час прибуття у готель – важливий момент виявлення гостинності та початку процесу реєстрації клієнтів.

Черговий адміністратор повинен з'ясувати реєстраційний статус клієнта, наголосити на особливостях надання додаткових послуг готелю. В європейських готелях поширений досвід зустрічі відомих гостей (політиків, банкірів, діячів культури, спорту та ін.) власником закладу або уповноваженими особами адміністрації. Таку увагу бажано приділяти постійним клієнтам закладу.

Відповідно до процедури, **процес реєстрації** умовно можна поділити на декілька **етапів**:

- передреєстраційний;
- оформлення реєстраційного запису;
- визначення номера і тарифів;
- оплата готельних послуг;
- видача ключів від номера;
- супровід гостя до номера.

9.2 Сутність передреєстраційного етапу

Етап попередньої реєстрації (передреєстрації) пов'язаний із тими клієнтами, які *забронювали місце (номер) у готелі*. Якщо гість забронював номер, то внесений запис у «Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів (місць)» (форма № 7-Г) (див. до-

даток Д) є інформаційною основою реєстрації та спрощує її процес. Потрібні дані до реєстраційної картки чи анкети проживаючого вносять, використовуючи інформацію, отриману на етапі передреєстрації, а під час прибуття клієнт лише перевіряє та засвідчує власним підписом правильність інформації.

Окрім заповнення форм первинної технологічної документації (анкети проживаючого та реєстраційної картки для категорії гостей із забронюваними номерами), персонал рецепції попередньо визначає номер для поселення, тарифи, оформляє бухгалтерські бланки клієнта, а також відповідно до замовлення узгоджує умови надання додаткових послуг іншими службами готелю.

Використання у готелях комп'ютеризованих систем істотно активізує підготовку до поселення клієнта. Лише окремі (неавтоматизовані або напівавтоматизовані) готелі забезпечують процес реєстрації механічним (ручним) способом.

9.3 Реєстрація гостей у готелях

Оформлення реєстрації клієнтів у готелях відрізняється для гостей із передреєстраційним статусом і тих, які не резервували номер. Клієнти без реєстраційного статусу, громадяни України, повинні заповнити *Анкету проживаючого* (форма № 1-Г, див. рис. 9.1 і додаток Е) на основі документа, що підтверджує особу. Її заповнюють в одному примірнику на основі документа, що підтверджує особу. Після цього анкету і документ підтвердження особи передають черговому адміністратору для реєстрації в *Журналі обліку громадян, які проживають у готелі* (форма № 5-Г). Після реєстрації документ повертають власникові, анкету вносять до картотеки.

Анкету зберігають у службі прийому та розміщення під час проживання клієнта в готелі та впродовж місяця з моменту його вибуття з готелю, після цього – передають до архіву і зберігають упродовж року, а потім знищують (згідно з актом). У картотеці анкети систематизують в алфавітному порядку.

Іноземні громадяни або особи без громадянства заповнюють *Реєстраційну картку* (форма № 2-Г, додаток Е) на основі паспорта або іншого документа, що посвідчує їхню особу. Її передають черговому адміністраторові разом із документом для реєстрації.

Реєстраційна картка відображає інформацію про клієнта українською й англійською мовами. У готелях цю картку зберігають два роки, після чого разом із *Журналом обліку іноземців, котрі проживають у готелі* (форма № 6-Г), знищують (згідно з актом).



Рис. 9.1. Послідовність процесу заповнення технологічної документації в готелях

У готелях з використанням *неавтоматизованих систем реєстрації* під час поселення клієнти заповнюють анкету або реєстраційну картку в паперовому вигляді. Готелі з *автоматизованими системами*, інформацію, необхідну для реєстрації, отримують в усній формі, вносять в електронному варіанті до анкети чи

реєстраційної картки і роздруковують. Проте інформація, що зберігається в комп'ютері, є основним реєстраційним записом. У анкетах і реєстраційних картках передбачені підписи гостей, що є офіційним встановленням відносин гостей із готелем. Навіть при автоматизованій роботі, коли реєстраційні документи можуть бути заздалегідь роздруковані, **підпис клієнта обов'язковий**.

Під час проживання реєстраційний запис зберігають разом із квитанцією гостя або в комп'ютерному файлі.

У разі **масових заїздів** (туристичних груп, спортсменів, учасників конференцій, семінарів, з'їздів тощо), процедура поселення повинна бути спрощена. Керівник групи повинен надати адміністраторові направлення туристської фірми (документ, що підтверджує право проживання даної групи в готелі і гарантує, що оплата зроблена) і список групи, оформлений відповідно до вимог паспортного режиму.

Адміністратор повідомляє номери кімнат, які заброньовані для цієї групи.

Туристи з групи розміщаються зазвичай у двомісних номерах, і тільки керівнику групи надається одномісний номер. Всі туристи заповнюють анкети, адміністратор – груповий дозвіл на поселення за безготівковим розрахунком, де вказуються номери кімнат, в яких будуть жити туристи.

Кожному гостеві адміністратор виписує візитну картку. *Рахунок* за проживання при реєстрації групи *не виписують,* оскільки оплата здійснюється за безготівковим розрахунком.

Сучасні способи реєстрації гостей у готелях

Зростання обсягів споживачів готельних послуг, яке спостерігається в останні роки, прагнення до пришвидшення обслуговування, а в умовах карантинних обмежень – уникнення зайвого скупчення біля стійки реєстрації та спрощення формальностей призвели до необхідності вдосконалення системи реєстрації клієнта в готелі. Як результат – з'явилося поняття «**самореєстрація**» – можливість гостя самостійно обирати номер, реєструватися, сплачувати рахунки та оформляти виїзд з нього за допомогою спеціальних терміналів та інтерактивних систем.

Реєстрація документів, здача багажу, оплата проходить за допомогою сенсорного екрану-терміналу, подібного до кіосків самореєстрації на вокзалах і аеропортах у багатьох європейських

містах, які дозволяють купувати, бронювати квитки, реєструвати багаж, резервувати номери пропонованих аеропортом чи вокзалом готелів (система CUSS). Встановлення в готелях таких цифрових кіосків або терміналів дають можливість гостям використовувати їх для реєстрації, отримання матеріалів або інформації про готелі та місцеві визначні пам'ятки. Інформація з них легко завантажується на смартфон або планшет.

Дуже ефективним засобом залучення молодих постояльців у готель є **використання мобільного телефону** для реєстрації в готелі. Гостям подобається користуватися мобільними телефонами під час бронювання й реєстрації, тому у готелів з'явилася ще одна можливість для зв'язку з ними.

У деяких готелях Європи (RubyHotel, Відень) цифрові технології перенесли до номерів. Гостей вітає планшет і завантажує в цифровому вигляді новини, інформацію про готель, надає доступ до інтернету, завантажує додаток для виїзду з номера, відгуки гостей, а також пропонує кнопку для бронювання номера на майбутнє.

Готелі Starwood Hotels and Resorts були першими, де запровадили мобільний замок в номерах. SPG Keyless – це перша в світі система, що дозволяє клієнтам відкривати свої номери, скориставшись смартфоном (з додатком SPG). Система SPG Keyless складається з мобільного додатка і «розумних замків» HID Global. Туристам пропонують скористатися терміналом самоуправління. Замовляючи номер у будь-якому готелі через інтернет, користувач отримує електронний код з AES шифруванням, який виконує роль ключа. Одночасно інший код відправляється в замок забронюваного номера як «відповідь на пароль».

Щоб відчинити двері, гостеві потрібно прикласти свій девайс до замка і натиснути на відповідну клавішу. Через безпровідний модуль Bluetooth блокуючий пристрій розблоковує двері, і користувач може безперешкодно зайти всередину. Так само працює і зворотний механізм закривання дверей номера.

9.4 Визначення номера і тарифів

Визначення номера – це встановлення відповідного номера, що відповідає запитам клієнта для його розміщення. Коли надати відповідний номер одразу неможливо, агент із прийому гостей по-

винен запропонувати альтернативні варіанти для задоволення вимог клієнта. В цьому випадку важливу роль можуть зіграти тарифи.

Тарифи для номерів однакової місткості можуть змінюватися залежно від розміру номера, якості меблів і устаткування, розташування та інших чинників.

Тариф – система ставок, що визначає розмір плати за послуги. Іншими словами, це ціна, визначена готелем за добове мешкання.

У готелях застосовують два види тарифів:

– ***опублікований тариф*** *(Published Tariff),* або, як ще називають, фіксована ціна *(Fixed Cost),* стандартна ціна *(Standard Rate),* ціна за стійкою *(Rack Rate),* повний тариф вартості, ціна без знижок тощо;

– ***корпоративний тариф*** *(Corporate Rate),* іншими словами – групова ціна *(Group Rate),* контрактна ціна, ціна зі знижкою, тобто спеціальні розцінки на номери для організацій, фірм, корпорацій, з якими готелі укладають угоди на вигідних умовах, пропонуючи нижчі ціни на обслуговування.

Агент із прийому гостей повинен знати, коли застосовувати *спеціальні тарифи*: груповий (для груп туристів), сімейний (для батьків з дітьми), денний (для тих, хто проживає менше доби); комерційний (для приватних гостей); комплексний (для кімнати, як частини набору послуг, що надаються).

У світовій практиці ведення готельного бізнесу практикуються різні системи знижок, застосування яких стало правилом. Щодо конкуруючих готельних підприємств, то середні розміри знижок і умови їх надання у них майже однакові.

Ціна може залежати від відсотка зайнятості номерів в готелі. Очевидно, якщо попит на готельні послуги підвищений, ціна навряд чи знижуватиметься, і навпаки. Вартість також залежить від ***сезону*** і ***дня тижня***. Бувають періоди високого *(High season)* і низького попиту *(Low season).* Ціна може залежати і від ***часу доби***. Прикладом може служити використання номера в денний час *(Day use).* Щоб зменшити простої, деякі готелі дозволяють проживання до 16.00 з оплатою половини від вартості номера. Цей прийом також можна віднести до знижок.

Ціна в готелі безпосередньо залежить від тривалості проживання і категорії займаних номерів. Чим більший термін перебу-

вання у готелі і вища категорія заброньованих номерів, тим більше шансів отримати знижки при проживанні в майбутньому. Більшість готелів має спеціальні, гнучкі системи знижок і програми заохочень для постійних клієнтів, що дуже вигідно і для гостей, оскільки проживання обходиться їм набагато дешевше, і готелям, зацікавленим у більшій кількості постійних (стабільних) клієнтів, а отже, і в додатковому прибутку.

Розділ комп'ютерної програми *Guest History* дозволяє отримати детальну інформацію про гостя: в номерах яких категорій він проживав, коли, які мав особливі побажання і якими додатковими послугами користувався тощо. Залежно від тривалості розміщення в готелі і статусу гостя визначається розмір знижок і перелік знаків уваги (наприклад, після проживання впродовж тривалого часу, готель надає безкоштовно одноденне перебування).

Завдяки сучасним комп'ютерним програмам можна отримати інформацію й про те, яка *компанія* скільки клієнтів відправила, які номери були зайняті (за категоріями і вартістю) по днях, місяцях, роках. Якщо в кінці року з'ясовується, що компанія не виконала умови договору, то відділ маркетингу та продажів в наступному році зменшує відсоток знижки для неї. З тієї ж статистики отримують інформацію, яка з компаній забезпечила проживання в готелі більшої кількості людей, обирається т. зв. «компанія місяця» або «компанія року». Для співробітників або керівництва даної компанії з рекламною метою передбачені заохочення (наприклад, святковий обід та ін.).

Для просування товарів на ринок *(promotion)* готель може знизити ціну, щоб залучити клієнтів *(special promotional rate).*

Часто готелі надають знижки особливо *важливим гостям*, а іноді й зовсім не беруть з них оплату, оскільки прийом і обслуговування деяких VIP-клієнтів є великою честю для готелю і найкращою рекламою. У готелях практикують і сімейні знижки. Як правило, не стягується плата за проживання дітей до певного віку (зазвичай до 12 років) в номері батьків.

До знижок відносять також т. зв. *покращення (Upgration = Upgrading)*, тобто надання номера вищої категорії за ціною стандартного (зазвичай, за відсутності номерів необхідної категорії).

І навпаки, у готелях практикують **надбавки** за можливість обрати номер із кращим виглядом з вікна, або той, який сподобався раніше (для постійних клієнтів). Додаткова плата в таких випадках не перевищує 5-10% вартості номера.

Готелі встановлюють плату лише за послуги, визначені клієнтом під час поселення. *Без узгодження з гостем готель не має права надавати додаткові послуги*. Клієнт може відмовитись від оплати таких послуг, а у випадку їхньої оплати готель повинен повернути оплачену суму.

Якщо клієнт бажає поселитись у номер на два і більше місця, оплачуючи вартість номера, готель зобов'язаний визначити тариф і надати таку послугу. Готелі повинні надавати гостям без додаткової оплати послуги з виклику швидкої допомоги, розбудження в нічний час, доставки в номер кореспонденції, необхідного інвентарю чи обладнання залежно від категорії готелю. Швидке визначення тарифу на послуги службою прийому та розміщення з урахуванням загальноприйнятих вимог та особливостей цінової політики готелю з ефектом задоволення клієнта – ознака фаховості менеджерів та обслуговуючого персоналу.

Готель має право *застосовувати вільні ціни і тарифи*, а також систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання.

Ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т. ч. бронювання, встановлюються готелем **самостійно**, форма оплати визначається договором між споживачем/замовником і готелем.

Готель також має право застосовувати **добову** або **погодинну оплату** готельних послуг.

Агент із прийому гостей повинен бути обізнаний із характеристиками всіх без виключення номерів. У більшості готелів, навіть найстаріших, номери мають приблизно однакові розміри. Відмінності зазвичай полягають в їх облаштуванні і розташуванні в плані готелю.

Ефективне визначення номера і тарифу залежить від чіткої та злагодженої роботи працівників служби прийому й розміщення, поверхової і технічної служб.

9.5 Оплата готельних послуг

Після визначення тарифу клієнт попередньо оплачує (частково або повністю) послуги, які узгоджує з черговим адміністратором або портьє. **Передоплату** зараховують під час остаточного розрахунку, коли клієнт вибуває з готелю. Готелі можуть приймати повну передоплату послуг, а також подобову або погодинну згідно з прийнятим порядком у закладі гостинності. Заклад розміщення визначає перелік основних послуг, які входять до вартості номера (місця).

Готельні послуги оплачують відповідно до **єдиної розрахункової години** – 12:00 поточної доби за місцевим часом. З урахуванням місцевих особливостей готелі можуть змінювати розрахункову годину. У випадку проживання у готелі менше доби, а також раннього заїзду або пізнього від'їзду готель самостійно визначає розмір оплати за надання послуг.

Оплату приймає **касир** служби прийому та розміщення. Після реєстрації клієнта касир служби прийому та розміщення відкриває рахунок з користування номером. При використанні комп'ютеризованої системи порядковий номер проставляється автоматично. Касир відповідає за внесення будь-якої оплати за номер до *Рахунку клієнта* (форма № 4-Г, додаток Е). Єдиний виняток становлять клієнти, котрі зупиняються на неповну добу. Реєстрацію оплати для них вносять в окремий список, зазначаючи прізвище, ім'я, по батькові клієнта, номер кімнати, номер анкети та розмір оплати. Всі записи клієнтів повинні бути проштамповані з вказівкою часу на момент отримання оплати.

У готелях використовують різні **способи оплати** за надані послуги, серед яких найпоширеніші готівкові та безготівкові розрахунки.

Оплата готівкою (*Cash*) – це розрахунки за придбані товари, виконані роботи, надані послуги з використанням засобів готівкового платежу. Оплата готівкою в готелях проводиться в валюті приймаючої країни, відповідно до її законодавства і за курсом, встановленим розпорядженням по готелю на дату платежу. Інформація про курс валют на поточний день повинна розташовуватися на очах у клієнтів, щоб уникнути непорозумінь. Прийом ка-

сиром оплати в іноземній валюті є грубим порушенням. Відповідно до ДСТУ 4269:2003, в Україні обов'язковою вимогою до готелів 3-5* є наявність пункту обміну валюти (для готелів 4-5* – з цілодобовим режимом роботи).

Отримавши гроші, касир віддає загальний рахунок з усіма рахунками на додаткові платні послуги і телефонні переговори, призначені для клієнта (див. рис. 9.2). Всі документи при розрахунку повинні передаватися гостеві в конверті. Інший примірник загального рахунку з двома примірниками всіх рахунків на додаткові платні послуги і телефонні переговори касир передає до бухгалтерії, нічному аудитору або колезі по зміні залежно від режиму роботи.

Готель, назва СПД (Hotel) — *«Приємний відпочинок», категорія «Три зірки»*
ТОВ «Готельне обслуговування»
Ідентифікаційний код ЄДРПОУ: *12345678*
Індивідуальний податковий номер: *123456780351*
Адреси (Address) *65031, м. Одеса, вул. Промислова, 20*
Поточний рахунок *№ 260012369280002 у Південному ГРУ Приватбанку, МФО 328704*

РАХУНОК/INVOICE № 523
3 травня 2009 року

П. І. Б. клієнта: / Name of client — *Дудар Олексій Іванович*
Прибув / Arrive — *01.05.2009 р. о 12.00*
№ кімнати: / Room № — *12*
Вибув / Depart — *03.05.2009 р. о 20.00*

№ з/п	Послуга/Services	Вартість/Hotel charge без ПДВ, грн.
1	***Проживання у двомісному номері*** ***Усього сплачено за проживання за номер (3 доби)*** ***Довідково: вартість одного місця в номері, що включає оплату сніданку (одноразове харчування)***	*2000,00* *6000,00* *1000,00*
2	Додаткові послуги: Кабельне телебачення Прання одягу Міжміські телефонні розмови	 *20,00* *50,00* *200,00*

Сума/Totally — *6270,00 грн.*
ПДВ/Vat — *1254,00 грн.*
Усього з ПДВ/Amount for payment incl. VAT — *7524,00 грн.*
Сума до сплати в грн. /USD/Total in GRN № /USD — *7524,00 грн.*
Оплачено ***готівкою*** — *7524,00 грн.*

Касир/Cashier _____ /Проценко/ ***Проценко О. С.***

Рис. 9.2. Приклад заповненого рахунка (включно з додатковими послугами)

Оплата кредитними картами (*Payment by Credit Card*). У готелях, які приймають оплату кредитними картами за допомогою POS-терміналів, касир видає гостеві один примірник загального рахунку, підготовленого на комп'ютері; підписаний клієнтом один примірник чека, виданий POS-терміналом; всі рахунки за надані додаткові платні послуги, якими скористався гість.

Для звітності у касира залишаються: другий примірник загального рахунку; підписаний клієнтом другий примірник чека, виданий POS-терміналом; всі рахунки клієнта за надання додаткових платних послуг у двох примірниках.

При виписці клієнтів, які проживають в готелі **за безготівковим розрахунком** *(Account to company*), менеджер служби прийому і розміщення (*Front desk*) зобов'язаний проконтролювати, чи перераховані гроші за обслуговування на рахунок готелю або чи є гарантія їх надходження найближчим часом. Потрібно також перевірити перелік послуг, наданий клієнтам за безготівковим розрахунком на умовах договору або гарантійного листа. Суми за рахунками таких гостей повинні потрапити строго на безготівкові рахунки організацій, від імені яких вони розміщувалися. У комп'ютерній програмі є відповідний розділ. Якщо у клієнтів є рахунки за надані готелем додаткові платні послуги, що не входять до цього переліку, необхідно отримати за них оплату готівкою або кредитною карткою.

Оплата ваучерами *(Voucher)* – ще один вид оплати в готелі. Він менш поширений, ніж готівковий розрахунок і розрахунок кредитними картами, і є різновидом безготівкового розрахунку. Ваучер – документ, який встановлює право туриста на послуги, що входять до складу туру, і підтверджує факт їх надання.

У ваучері повинні зазначатися:

– назва турфірми, що видала його;

– державний номер ліцензії турфірми на право здійснення туристичної діяльності (для вітчизняних туристських організацій);

– адреса турфірми та інші її максимально повні реквізити;

– номер ваучера та дата видачі;

– найменування тієї організації, для якої призначений ваучер (готель, пансіонат, будинок відпочинку, інша турфірма тощо);

– прізвище клієнта або клієнтів;

– кількість клієнтів;

– детальний перелік оплачених послуг, які необхідно надати даному клієнту в конкретні терміни;

– телефони й адреси партнерів турфірми (див. рис. 9.3).

JoinUP! туроператор

ООО "Джоин АП"
02121, Украина, г.Киев, Харьковское шоссе, 201/203 2А
Банковская Гарантия № 6423-18 на сумму 20 000 EBRO
Лицензия АЕ № 1597
тел.: +38(044)303-99-99

Ваучер № '2222428'

Дата печати: 11.01.2021

Country/Страна	UAE - Dubai - Jumeirah Palm
Hotel/Отель	Kempinski Hotel & Residence Palm Jumeirah (Dubai - Jumeirah Palm) - 5*
Period/Период	06.01.2021-13.01.2021 (7)
Room type/Тип номера	Ocean 2 Bedroom Family Apartment
Acc/Размещение	3AD
Meal/Питание	HB

Customer/Заказчик
Ves mir

Local agency/Принимающая сторона
AL KHALIDIAH TOURISM GROUP OF COMPANIES.

TOURIST LIST/СПИСОК ТУРИСТОВ			FLIGHTS/РЕЙСЫ	
Surname/Name / Фамилия/Имя	Birthday/Дата рождения	Passport/Паспорт	Дата, время отправления	
TUPYTSKA/OLHA				
TUPYTSKYI/OLEKSANDR			PQ 481	PQ 482
TUPYTSKYI/OLEKSANDR			06.01.2021 10:35	13.01.2021 18:45

TRANSFER & EXTRA SERVICES/ТРАНСФЕР И ДОП.УСЛУГИ	Transfer: UAE: Group Transfer Hotel Dubai -> Airport Dubai; Transfer: UAE: Group Transfer Airport Dubai -> Hotel Dubai; Add. Services: UAE: Marhaba Bronze on Arrival (Dubai Airport); Add. Services: UAE: Marhaba Bronze on Departure (Dubai Airport); Питание SkyUp: Предзаказ питания Kids Skybox (Киев); Питание SkyUp: Предзаказ питания Kids Skybox (Киев); Питание SkyUp: Предзаказ питания Cheese Roll + Pepsi (Киев); Питание SkyUp: Предзаказ питания Cheese Roll + Pepsi (Киев); Питание SkyUp: Предзаказ питания Cheese Roll + Pepsi (Киев); Питание SkyUp: Предзаказ питания Cheese Roll + Pepsi (Киев);
Стоимость по каталогу	**242116,43 грн.**

Рис. 9.3. Приклад ваучера

Ваучер повинен мати підпис відповідальної особи і печатку підприємства. Він зазвичай виписується в трьох примірниках: один залишається в організації, що видала ваучер; другий видається клієнту; третій призначений для приймаючої організації.

Сплатити за послуги готелю сьогодні можна, використовуючи сучасні платіжні системи. За своєю сутністю, **платіжна система** – це сервіс для переказу грошей безготівковим способом, яким керують банківські та інші фінансові структури. Вони не тільки розробляють правила безперебійної роботи, а й відповідають безпосередньо за проведення транзакцій, зберігання коштів на рахунках та ін.

Існуючі платіжні системи традиційно ділять на міжнародні та національні. **Міжнародна система** – це транснаціональна структура, яка функціонує по всьому світу. До них належать системи VISA, Mastercard, American Express.

Національні платіжні системи створюються в рамках окремої держави і регулюються внутрішніми нормами. Наприклад, ПРОСТІР в Україні, Carte Bleue у Франції тощо. Окрім того, в Україні діють національні системи, платіжними організаціями яких

виступають українські банки: Welsend (АБ «Укргазбанк»), PrivatMoney (АТ КБ «Приватбанк»), система термінових переказів «Швидка копійка» (АТ «Ощадбанк»), Telegraf (АТ «Правекс-Банк»), iBox Money Transfer (АТ «Айбокс Банк») та ін.

Окремо виділяють **електронні платіжні системи**, які набули особливого поширення в останні роки. Ці сервіси призначені для прийому платежів в кіберпросторі: в інтернет-магазині, при оплаті послуг онлайн тощо. Сервіс електронних систем доступний приватним особам, комерційним компаніям. Онлайн-транзакції також проводяться миттєво і не мають територіальної прив'язки.

В електронних платіжних системах розрахунки відбуваються з використанням електронних грошей. У фізичному вигляді вони не випускаються, але забезпечуються реальними коштами, що зберігаються на рахунку оператора. Кошти мають захист, зберігаються в зашифрованому вигляді на спеціальних електронних носіях, можуть бути використані не тільки всередині самої системи, а й за її межами.

Електронні системи працюють за принципом звичайних. Користувач створює віртуальний гаманець з реквізитами, за яким і проводять операції.

Сьогодні в світі налічується понад 100 платіжних систем, як традиційних, так і електронних, серед яких найпопулярнішими є: Visa і Mastercard (представники міжнародних платіжних систем), Advanced Cash, PayPal, Perfect Money, Payeer, Skrill та ін.

Visa і Mastercard – дозволяють проводити безготівкові платежі з використанням банківських карт по всьому світу. Картки Visa приймають в 200 країнах світу, робоча валюта – долар США. Штаб-квартира Master Card також розташована в США, проте базова валюта операцій – євро. Система використовується в 210 країнах, але за охопленням поступається картками Visa.

PayPal представлена в понад 200 країнах світу. PayPal – структурний підрозділ найбільшого торгового Інтернет-майданчика eBay, де левова частка покупок оплачується саме таким способом. PayPal підтримує 25 валют. PayPal підходить для розрахунків онлайн в іноземних інтернет-магазинах. Дедалі більше віртуальних сервісів пропонують цю систему як спосіб розрахунків.

Perfect Money орієнтована на проведення розрахунків між фізичними особами. Ця система відкриває користувачам широкі можливості, в тому числі переказ грошей з рахунку на рахунок, прийом онлайн-платежів, оплату послуг і здійснення покупок, зберігання грошей в криптовалюті.

Advanced Cash працює в більш ніж 200 країнах світу. Її перевагами є підтримка основних світових валют, операції з криптовалютою, обмін коштів з іншими ЕРС, цілодобова служба підтримки користувачів тощо. Вона непідконтрольна контролюючим органам України та інших країн. Водночас її діяльність повністю легальна.

Під санкціями в Україні перебувають платіжні системи WebMoney, QIWI, Яндекс.Гроші.

9.6 Видача ключів від номера і супровід гостя

Видача ключів від номера завершує процедуру реєстрації гостей у готелях. Черговий адміністратор (портьє) вручає гостеві карту готелю (візитку) і ключ. Водночас до його обов'язків належить дотримання суворого контролю за збереженням ключів – вагомого пункту гарантування безпеки перебування клієнтів та їхнього майна та іміджу готелю,

В окремих готелях після видачі ключів за згодою клієнта його може супроводжувати посильний. В такому випадку ключ надається останньому з проханням провести гостя до номера. Окрім допомоги в перенесенні багажу, посильний може розповісти загальну інформацію про номер та обслуговування в готелі: розташування, режим роботи служб, які надають додаткові послуги, місцевий колорит даного населеного пункту, цікаві події та заходи. Після прибуття у номер працівник готелю пояснює гостеві особливості користування технікою та устаткуванням і відповідає на запитання, які у нього виникли, та віддає ключі від номера. Якщо ж гість незадоволений кімнатою, то посильний повинен уважно вислухати всі вимоги і передати сутність претензій черговому адміністратору для негайних дій, спрямованих на задоволення клієнта.

Електронна замикаюча система замінює механічні замки. Цією системою управляють через головну контролюючу консоль в адміністраторській, з'єднаній з дверима кожного номера. Єдиним діючим ключем від номера є ключ-картка, що видається гостеві.

Електронними замикаючими системами управляють як окремими одиницями. Кожні двері мають свій власний мікропроцесор із заздалегідь встановленою послідовністю кодів. Головна консоль містить запис усіх кодів, що відповідають кожним дверям. При реєстрації черговий адміністратор кодує ключ-картку кодом відповідного номера. Консоль і кожний мікропроцесор повинні відповідати коду і використовуваній послідовності.

На електронній картці клієнта записують т. зв. *часове вікно* – тривалість його перебування та користування послугами готелю. Після закінчення терміну перебування або за несплати послуг клієнт не може без втручання персоналу готелю потрапити в номер. Одночасно з електронною карткою в сучасних готелях застосовують замки з одночасним відкриванням дверей механічним ключем.

Замки можуть працювати *автономно* (off-line) або бути об'єднаними в *мережу загального живлення* (on-line). У будь-якому випадку при вимкненні електропостачання вони працюватимуть в автономному режимі, отримуючи заряд від пальчикових елементів живлення.

Окрім функції електронного замка, електронну картку використовують у ***безготівкових розрахунках*** у межах готелю. В усіх пунктах продажу (POS – Point of Sale) встановлюють спеціальні пристрої для ідентифікації інформації на картці. Такі пристрої, зокрема, застосовують у торгових залах ресторану, бару, фітнес-центру та ін.

У системах готельних замків використовують також **смарт-картки**, де можна вмістити більший обсяг інформації, а отже, вони забезпечують вищий ступінь безпеки. Основний недолік смарт-карток – висока вартість. Нові моделі електронних замків провідних виробників дозволяють одночасно застосовувати магнітні та смарт-картки. У такому варіанті перші призначені для клієнтів, останні – для персоналу готелю або VIP-гостей.

З першим використанням у певному замку нова електронна картка автоматично змінює код попередньої. Отже, вкрадені або загублені ключі не можуть використовуватись, якщо клієнт своєчасно заявив про цей випадок.

Електронні ключі можуть програмуватися в різних **режимах роботи**: «клієнт», «покоївка», «комплексне обслуговування»,

«міні-бар», «інженерна служба», «адміністрація», «аварія», «запасний ключ», «одноразовий ключ».

Гість готелю отримує ключ у режимі «клієнт», код якого сумісний лише з замком його номера. У покоївок, персоналу з обслуговування номерів з мінібаром ключі-картки закодовані для доступу тільки до тих приміщень, які закріплені за ними. Для працівників інженерно-технічної служби спеціально кодують ключ номера, на який надійшла заявка. Директор та інші представники адміністрації використовують ключ із кодом, що надає доступ у кожне приміщення готелю. В надзвичайних ситуаціях застосовують режим роботи «аварія», коли блокуються замки в межах поверху, корпусу або всього готелю. Для одноразового доступу в номер видають ключі-картки одноразового застосування.

Замикаючі системи використовують і в приміщеннях загального користування – конференц-залі, басейні, фітнес-центрі, на автостоянках тощо. Параметри доступу задає програмне забезпечення, яке дає змогу встановлювати для певного користувача список пунктів доступу, а також фіксує час, упродовж якого здійснюватиметься доступ.

9.7 Зміна номерів, повернення коштів і відмова у поселенні

Реєстрація зміни номерів. Якщо у Рахунку клієнта виникають зміни, касир або портьє повинен їх зареєструвати. Зміни можуть виникати у **випадку**:

1) помилкового визначення вартості номера;

2) оплати номера у зв'язку з виїздом одного або декількох клієнтів, якщо один або декілька з групи залишаються у номері;

3) переходу клієнта з одного номера в інший;

4) поселення іншого клієнта в номер;

5) виправлення у написанні прізвища, імені, по батькові;

6) термінових від'їздів, неочікуваних для касира служби прийому та розміщення, наприклад, членів авіаекіпажу.

Відмітки про зміни у Рахунку здійснюють у двох примірниках: у першому (білого кольору) реєструють прості зміни (пункти 1; 2; 5; 6), його заповнює портьє й одразу передає касирові. Якщо клієнт бажає перейти до іншого номера (пункт 3), портьє повинен повідомити про це носія багажу, оператора телефонного зв'язку,

пральню та покоївку. Другий примірник (жовтого кольору) залишається у портьє для внесення виправлень до реєстраційних карток (анкет) або внесення у файл за наявності комп'ютерної системи в управлінні процесом прийому та розміщення. З метою уникнення збоїв у роботі всі зміни необхідно вносити відразу після їхньої появи.

Іноді в готелях виникає потреба в **поверненні грошей** клієнтам. Касир може повернути кошти в таких випадках:

– відмова гостя від номера протягом однієї години з моменту поселення, якщо клієнт не користувався номером;

– у зв'язку з достроковим виїздом з готелю, коли оплата за номер була проведена на більший термін перебування;

– при зміні виду оплати з готівкового на безготівковий розрахунок;

– в особливих випадках за погодженням із керівництвом готелю;

– в разі переведення клієнта з раніше сплаченого номера в номер іншої категорії (меншої вартості);

– при підселенні до оплаченого номера ще одного або кількох гостей.

У двох останніх випадках виплачується різниця вартості номера.

Ця процедура супроводжується оформленням розписки клієнта в отриманні невикористаного авансу з обов'язковою ідентифікацією підпису гостя на розписці з підписом в паспорті або іншому документі що посвідчує особу. Розписка повинна також містити паспортні дані клієнта. Її здають до бухгалтерії разом із касовим звітом.

Бувають випадки, коли клієнт **відмовляється платити** за ту чи іншу послугу. Якщо працівник служби прийому і розміщення не може самостійно залагодити проблему, втручається керівник підрозділу, який на підставі своїх повноважень, досвіду, відповідних інструкцій повинен знайти правильне вирішення даної проблеми. До кожного випадку необхідно підходити індивідуально, виходячи з ситуації, що склалася. При виникненні непорозумінь з оплатою необхідно відвести гостя в сторону від загальної черги, розв'язати проблему без зайвого розголосу.

В окремих випадках служба прийому та розміщення **відмовляють у поселенні** клієнта в готель. Це може пов'язуватись із:

– відсутністю місць чи номера у готелі згідно з вибором клієнта;

– непередбачуваними обставинами (пожежа, природні стихії тощо);

– неадекватною поведінкою клієнта;

– неплатоспроможністю клієнта.

Якщо готель не може забезпечити поселення клієнта через відсутність номерів або форс-мажорні обставини, черговий адміністратор повинен його про це повідомити, вибачитись і запропонувати інший, найближчий із подібними умовами готель. Після згоди черговий адміністратор має зв'язатись із готелем і з'ясувати, чи є можливість задовольнити умови клієнта.

У таких ситуаціях важлива роль належить співпраці між готелями. Готельні підприємства, зокрема, розташовані поблизу і з подібною спеціалізацією на ринку, постають не лише конкурентами, а й партнерами, котрі розв'язують спільні проблеми. Кожен готель повинен мати тісну співпрацю щонайменше з двома-трьома подібними закладами.

9.8 Організація виїзду з готелю

На цій стадії здійснюється оформлення виїзду, відбувається повний розрахунок із клієнтом за проживання і додаткові послуги й оплата рахунків (тривалість цієї процедури повинна займати не більше 8 хвилин*)*.

Організація виїзду гостей із готелю передбачає такі **моменти**:

1. *Прийом номера від гостя*, під час якого здійснюють контроль за збереженістю готельного майна та на предмет забутих речей гостя. При виявленні випадку псування майна, складається відповідний акт і гість має відшкодувати вартість збитку.

2. *Контроль за своєчасним звільненням місць*, що передбачає добре налагоджений контакт між вестибюльною та поверховою службами готелю. Якщо гість має намір залишитися в готелі на довший термін, це питання залагоджують заздалегідь. У такому разі номер не виставляється на бронь.

3. *Контроль своєчасної оплати номера та наданих послуг*. З метою отримання повної оплати за проживання «Правилами користування готелями» (див. додаток В) встановлено можливість погодинної оплати номера. Туристичні фірми для уникнення додаткових витрат, що підвищують ціну подорожі, часто замовляють на

групу так звані «штабні» номери – як правило, два на групу (для чоловіків і для жінок), куди заносять багаж групи і де туристи можуть вирішити свої побутові проблеми і відпочити перед виїздом. Свої номери вони звільняють до розрахункової години. Особливого контролю потребує оплата додаткових послуг, отриманих гостем – телефонні переговори, послуги мінібару тощо.

Після повного розрахунку гостя можуть попросити заповнити картку-відгук про якість обслуговування. Співробітники служби прийому і розміщення повинні подякувати гостеві за те, що він обрав саме цей готель, і запропонувати при можливості відвідати його ще.

4. *Збереженість ключів*. Перед остаточним виїздом гостей перевіряють наявність у рецепції всіх зданих ключів від номерів, за потреби просять гостей перевірити, чи здали вони свої ключі. При виїзді групи це найкраще зробити через її керівника (гіда). З появою пластикових ключів-карт така необхідність відпадає.

5. *Контроль виносу й відправки багажу гостей*.

6. *Організація вільного часу гостей*, що залишився до їхнього виїзду з готелю. Якщо гості не мають можливості відпочити, розважитись, нудьгують і почуваються некомфортно після того, як залишили свої кімнати і очікують часу виїзду, це може зіпсувати загальне враження від перебування у готелі. Потрібно організувати роботу лобі-барів, кіосків, перегляд відеоматеріалів тощо.

7. *Підготовка номерів до наступного заселення*. Після виїзду гостя служба прийому і розміщення змінює статус номера та інформує про це підрозділ, який обслуговує номерний фонд.

Наприкінці робочої зміни відбувається її передача працівникам наступної зміни, що супроводжується підведенням підсумків зміни, передачею документів, незданої до бухгалтерії готівки, обміном інформацією про стан справ тощо.

9.9 Нічний аудит

Закінчується робота з організації прийому – розміщення – виїзду гостей підведенням підсумків робочої доби, складанням різноманітних звірок та звітів. Це може збігатися з передачею зміни, але найчастіше робиться наприкінці доби, для чого в сучасних готелях здійснюється так званий “нічний аудит”.

Нічний аудит – це процедури, які зорієнтовані на перевірку правильності та повноти обліку операцій, виконаних упродовж минулої доби, та їх фінансових результатів, що відображаються у звітах, а також правильності обліку стану номерного фонду.

Оскільки він потребує відповідної підготовки та кваліфікації виконавця, для його проведення в готелі існує окрема посадова особа – **нічний аудитор**.

Робочий час аудиту припадає на кінець поточної робочої доби, вночі, умовно – з 00 годин і до завершення всіх процедур.

Нічний аудит може здійснюватися *вручну*, через звірку первинних документів підрозділів готелю та облікових документів бухгалтерії, *напівавтоматизовано* – за допомогою даних касових апаратів чи повністю *автоматизовано* – через комп'ютерну систему (system update). Остання самостійно виконує поточний аудит операційних записів і складає звіти, але може бути неправильно введена інформація до комп'ютера або збої в роботі самої системи, що теж вимагає перевірки та усунення у процесі нічного аудиту.

Нічний аудитор повинен

– усунути допущені при обліку поточних операцій помилки;

– перевірити, щоб усі записи по операціях були внесені у відповідні документи і за необхідності зробити це;

– усунути розбіжності у статусі номерів (вільний, зайнятий, на броні тощо);

– підвести баланс усіх рахунків й інформації по операціях підрозділів і служб готелю та усунути можливі розбіжності;

– перевірити правильність застосування тарифів для отримання доходу від продажу номерів, наявність та суму готівкового депозиту;

– скласти та систематизувати звіти для керівництва і облікової служби готелю: кінцевий детальний звіт по підрозділах та спеціальні звіти (про рух і оплату номерів, баланс зареєстрованих гостей, звіт про операції, отриманий дохід, бухгалтерські звіти тощо).

Одне із завдань нічного аудиту – підтвердження правильності проведення розрахунків за послуги готелю, що є важливою ланкою технології прийому та обслуговування в готелі.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. З яких етапів складається процес реєстрації гостей у готелі?

2. Розкрийте сутність передреєстраційного етапу. Які документи заповнюють працівники служби прийому і розміщення на даному етапі?

3. Опишіть деталі процесу реєстрації гостей у готелях. Які відмінності при реєстрації громадян України та іноземних гостей?

4. Назвіть спільні та відмінні риси процесу реєстрації гостей у автоматизованих і неавтоматизованих готелях.

5. Розкрийте особливості реєстрації групових туристів.

6. Охарактеризуйте сучасні способи реєстрації гостей у готелях.

7. Розкрийте сутність понять «визначення номера» і «тариф». Назвіть види тарифів, які застосовуються у готелях. Які знижки і надбавки використовують у закладах розміщення?

8. Опишіть процес оплати готельних послуг. Укажіть обов'язки касира. Які способи оплати найчастіше використовуються у готелях?

9. Що таке ваучер? Яка інформація зазначається у ваучерах?

10. Охарактеризуйте сучасні платіжні системи, що застосовуються при оплаті готельних послуг.

11. Опишіть процедуру видачі ключів і супроводу гостя до номера.

12. Назвіть випадки, коли виникає потреба змінити номер у готелі та повернути кошти клієнтам.

13. Охарактеризуйте дії працівників служби прийому і розміщення у разі відмови клієнта сплачувати за надані послуги. У яких випадках готель може відмовити гостеві у поселенні?

14. Які процедури передбачає організація виїзду гостей із готелю?

15. Опишіть сутність нічного аудиту у готелі.

Тести для самоперевірки

1. В чому полягає особливість зустрічі відомих гостей і постійних клієнтів?

а) адміністрація готелю робить подарунки;
б) власник закладу або управляючий зустрічає гостей особисто;
в) безкоштовно пропонують вечерю;
г) власник готелю особисто супроводжує їх до номера.

2. Який етап НЕ входить до процесу реєстрації гостей у готелі?

а) передреєстраційний;
б) визначення номера і тарифів;
в) оформлення реєстраційного запису;
г) оплата готельних послуг;
г) видача ключів від номера;
д) супровід гостя в номер;
е) зустріч в аеропорту і трансфер до готелю.

3. З яким типом клієнтів пов'язаний етап передреєстрації?
а) з тими, хто забронював місце (номер) у готелі;
б) з тими, хто щойно прибув до готелю;
в) з тими, хто шукає і обирає готель;
г) з тими, хто перебуває в аеропорту чи на вокзалі.

4. Що слугує інформаційною основою реєстрації і спрощує її процес ?
а) запис у Журналі реєстрації заявок на бронювання;
б) інформація про клієнта з соцмереж;
в) інформація з попереднього листування з гостем;
г) заповнені Анкета чи Реєстраційна картка.

5. Який документ заповнюють у готелі громадяни України без реєстраційного статусу?
а) Анкету проживаючого; б) Реєстраційну картку;
в) Журнал обліку громадян України; г) Візитівку.

6. Який тип гостей при оформленні заповнює Реєстраційну картку?
а) громадяни України; б) іноземні громадяни;
в) ті, хто забронював номер; г) ті, хто не бронював номер.

7. Який елемент анкети чи реєстраційної картки обов'язковий?
а) реєстраційний номер; б) підпис клієнта;
в) дата народження гостя; г) номер кредитної картки.

8. Який документ заповнює адміністратор при поселенні в готель групи туристів?
а) груповий дозвіл на поселення із зазначенням номерів;
б) анкети всі туристів з групи;
в) список туристичної групи, де вказує номери для заселення;
г) візитну картку для всієї групи із зазначенням номерів.

9. Які види реєстрації актуальні сьогодні серед молодого покоління?*
а) термінали самореєстрації; б) за стійкою реєстрації;
в) мобільні додатки в телефонах; г) під час трансферу в готель.

10. Як називається система ставок, що визначає розмір плати за послуги проживання?
а) тарифом; б) податком;
в) туристичним збором; г) собівартістю.

11. Які види тарифів застосовують у практиці готельного бізнесу?
а) опублікований тариф; б) корпоративний тариф;
в) звичайний тариф; г) спеціальний тариф.

12. Надання номера вищої категорії за ціною стандартного, вважається ...
а) подарунком; б) бонусом; в) заохоченням; г) знижкою.

13. Хто встановлює ціну на номер, вартість додаткових послуг, в т.ч. і на бронювання?

а) готель самостійно; б) регулює держава;
в) конкуренція; г) Антимонопольний кабінет.

14. Зазвичай єдиним розрахунковим часом вважають _____ поточної доби за місцевим часом.

а) 12 год.; б) 10 год.; в) 24 год.; г) 18 год.

15. В якій валюті можна оплатити готельні послуги готівкою?

а) в доларах; б) в євро;
в) у місцевій валюті; г) в гривнях.

16. Як називається документ, який встановлює право туриста на послуги і підтверджує факт їх надання?

а) ваучер; б) відрядження;
в) контракт; г) договір.

17. Яка валюта є базовою в платіжній системі Visa?

а) долар США; б) євро; в) гривні; г) рублі.

18. Кому черговий адміністратор вручає ключі від номера, якщо гостя супроводжує посильний?

а) гостю; б) посильному; в) покоївці; г) черговій по поверху.

19. За яких умов клієнтові відмовляють у поселенні в готелі?

а) коли відсутнє місце (номер), що відповідає бажанню клієнта;
б) в разі непередбачуваних обставин;
в) через неадекватну поведінку клієнта;
г) через неплатоспроможність гостя;
д) всі варіанти правильні.

20. Скільки часу передбачено на оформлення виїзду і повний розрахунок із клієнтом?

а) не більше 8 хвилин; б) до 20 хвилин;
в) 10-15 хвилин; г) до 30 хвилин.

ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ОБСЛУГОВУВАННЯ НОМЕРНОГО ФОНДУ

10.1 Функції служби обслуговування номерного фонду.
10.2 Організаційна структура служби обслуговування номерного фонду.
10.3 Організація діяльності допоміжних підрозділів – пральні та хімчистки.
10.4 Організація роботи покоївки.
10.4.1 Підготовка покоївки до робочої зміни.
10.4.2 Укомплектування візка покоївки.
10.5 Організація і технологія прибиральних робіт.
10.5.1 Організація прибиральних робіт.
10.5.2 Технологія виконання прибиральних робіт номерного фонду.
10.5.3 Технологія прибирання приміщень загального користування.
10.5.4 Технологія прибирання санвузлів загального користування.
10.5.5 Догляд за прилеглою територією.
10.6 Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни.
10.6.1 Організація роботи білизняного господарства.
10.6.2 Вимоги до готельного текстилю.

10.1 Функції служби обслуговування номерного фонду

Один із найважливіших структурних підрозділів готелю, який відповідає за чистоту, технічне обслуговування, естетичний вигляд у номерах, громадських місцях і на прилеглій території, – це служба **обслуговування номерного фонду** (Housekeeping Department). У світовій практиці готельного бізнесу вона може називатися: адміністративно-господарською службою, службою покоївок, поверховою службою, houskeeping.

Жоден готель не може існувати без служби обслуговування номерного фонду, оскільки він виживає за рахунок продажу номерів (50% від усіх продажів), їжі, напоїв та інших незначних послуг (пральня, SPA-центр тощо). Працівники цієї служби, порівняно з іншими, також становлять більшість серед готельного персоналу, бо саме вони створюють атмосферу гостинності в будь-якому закладі розміщення і від них залежить імідж закладу.

Служба обслуговування номерного фонду **призначена для**:

– дотримання належного санітарно-гігієнічного стану в номерах і приміщеннях загального користування;

– підготовки номерів до заїзду гостей;

– надання вечірнього сервісу (підготовка номерів до нічного відпочинку гостей);

– організації роботи, що пов'язана зі зберіганням, обліком, поповненням запасів миючих засобів, а також доглядом за інвентарем та обладнанням;

– надання послуг мінібару (в деяких готелях дана функція може покладатися на службу ресторанного господарства);

– надання побутових послуг гостям;

– контролю за оборотом білизни.

В своїй діяльності персонал служби обслуговування номерного фонду використовує певні технології і працює відповідно до прийнятих у готелі стандартів обслуговування, котрі передбачають чіткий порядок і досконалі способи прибирання приміщень й обслуговування гостей.

Ця служба охоплює не тільки номерний фонд, але й **адміністративне приміщення** керівника чи чергового служби (офіс, кімната старшої покоївки), де проводяться наради колективу, інструктаж, вирішуються проблемні питання, покоївки отримують персональні завдання щодо прибирання, зберігаються ключі, робоча документація, архівні документи, звідси відбувається обмін інформацією з іншими підрозділами готелю.

Для оперативного реагування на питання, що виникають під час робочої зміни, працівники служби у великих готелях забезпечуються засобами зв'язку (раціями, службовими мобільними телефонами та ін.).

10.2 Організаційна структура служби обслуговування номерного фонду

До персоналу служби обслуговування номерного фонду **належать** покоївки, старші покоївки, коридорні, прибиральники громадських приміщень та території, флористи, працівники пральні, хімчистки, працівники центральної білизняної. Чисель-

ність персоналу та наявність різних структурних підрозділів визначається розмірами, категорією і призначенням готелю.

Керівник (менеджер) служби обслуговування номерного фонду відповідає за ефективну роботу свого підрозділу, тобто підбирає, навчає, забезпечує мотивацію і контроль роботи співробітників. До його ***обов'язків*** відносять також контроль за якістю обслуговування, станом обладнання та комфорту в номерах, приміщеннях громадського й службового призначення; моніторинг системи тарифів на послуги у номерах; контроль за системою безпеки у номерах для гарантування безпеки гостей і персоналу, їхнього майна, підготовку й аналіз звітів за різний період з метою забезпечення найвищої частки зайнятості номерів, контроль за витратними матеріалами, моніторинг їхнього ринку, укладання угод щодо їхніх поставок; координацію роботи з іншими службами; регулярне проведення інвентаризації тощо.

До обов'язків **заступника керівника** належать складання графіка роботи для персоналу, підготовка звіту про статус номерів, контроль за прибиранням і станом номерного фонду.

Старша покоївка (супервайзер) – молодший керівник в службі господарського забезпечення. Вона делегує виробничі завдання керівника служби, координує роботу колективу покоївок, контролює стан приміщень, організовує навчання персоналу, відповідає за холи, основні коридори й інші приміщення, здійснює інвентаризацію мийних засобів та інших матеріалів. До її ***обов'язків*** входить: розподіл виробничих завдань відповідно до професійних вимог; організація прибирання номерів та інших приміщень; прийом номерів під час від'їзду клієнтів; контроль за неушкодженістю майна й інвентарю у номерах та приміщеннях загального користування, за зберіганням білизни, технічним станом обладнання у номерах і службових приміщеннях; співпраця з черговим персоналом інженерно-технічної служби для усунення технічних несправностей; оперативне інформування служби прийому та розміщення, бронювання про стан номерів; ведення технічної документації тощо.

Старша покоївка повинна мати досвід роботи у готелі, бездоганно знати технологію обслуговування (не менше 3 років), володіти іноземною мовою. В європейських готелях із сформованими

власними стандартами обслуговування авторитет старшої покоївки надзвичайно високий, вона навчає, передає досвід новим поколінням покоївок. В окремих випадках до її компетенції належить вирішення конфліктних ситуацій підлеглих із клієнтами. В особливих випадках обслуговувати VIP-персон може лише старша покоївка.

Найчисельнішим за складом у будь-якому готелі є колектив **покоївок**. ***Обов'язками*** покоївок є прибирання номерів незалежно від їхнього статусу та інше господарське обслуговування кімнат. За кожною покоївкою закріплюється відповідна кількість кімнат, які необхідно прибрати впродовж зміни. В кожній із них покоївки виконують один і той самий набір дій відповідно до стандартів прибирання і посадових інструкцій. Вони також беруть участь у перевірці номерів у відповідні часи для з'ясування їх статусу, контролюють матеріально-технічне забезпечення у номерах, використання платних послуг у номері, терміново повідомляють керівництво про конфліктні ситуації з гостями чи технічні несправності в номері, що можуть загрожувати життю, здоров'ю, майну гостей тощо.

Залежно від категорії, призначення і розмірів готельного закладу, кожна покоївка може прибрати впродовж робочої зміни **12-17 номерів**. Кількість номерів і час на прибирання номера визначають стандарти країни, професійний союз або окремі готельні корпорації, готелі.

Згідно з нормативами, час прибирання однокімнатного номера, в якому проживає гість, становить до 20 хв, після виїзду гостя – 30 хв, прибирання номера «апартамент» зараховується як прибирання двох однокімнатних номерів, а «suite» – як прибирання трьох однокімнатних номерів. Ці норми мають рекомендаційний характер та можуть корегуватися кожним готелем, враховуючи складність інтер'єру, особливості оздоблення, якість сантехнічних приладів тощо. При цьому враховуються норми прибирання на одну покоївку та коефіцієнт завантаження готелю.

В окремих готельних корпораціях з метою економії фонду зарплати та заохочення персоналу *за кращими покоївками закріплюють постійні номери*, що дозволяє для ефективнішої організації технологічного процесу персоналу краще вивчити номери,

забезпечити якісне обслуговування, зменшити кількість контролюючого персоналу.

Працівники прибирання громадських зон (прибиральниці) часто входять до складу групи покоївок. Організовує їх роботу старша покоївка або чергова на поверсі. Вони забезпечують дотримання у належному санітарному стані приміщень загального користування – вестибюлю, холу, коридорів, сходових майданчиків, ліфтів, санвузлів, службових приміщень, територій, прилеглих до готелю. До їхніх обов'язків також належать миття стін, вікон, дверей, чищення й дезінфекція обладнання санітарних вузлів загального користування.

Прибиральниці не повинні створювати незручностей для гостей, їхня присутність має бути малопомітною, а прибирання приміщень загального користування – здійснюватись із найменшим порушенням спокою гостей. *У режимі прибирання оптимальним вважається ранішній та вечірній час*.

Нічна чергова організовує роботу нічної зміни покоївок і прибиральниць громадських зон.

Чергова складу білизни (завідувачка білизняної) відповідає за збереження білизни, форменого одягу й інших виробів з тканин, що використовують у готелі, обмін білизни та її стан, забезпечує її ремонт, поновлення тощо. Технологічний процес обслуговування завідувачки білизняної зумовлює необхідність постійного зв'язку з підрозділами сервісного обслуговування – пральнею, хімчисткою, майстернею пошиття та ремонту білизни.

Кастелянша підпорядковується завідувачці білизняної, до її функцій відносять приготування використаної білизни до прання, обмін білизни при здачі та отриманні з пральні, ведення обліку типу та якості білизни.

Основним обов'язком **швачки** є ремонт, штопання і маркування білизни. У структурі управління підпорядковується завідувачці білизняної, за потреби допомагає кастелянші у підготовці білизни до прання, сортуванні і видачі покоївкам.

Посада **стюарда** зустрічається в окремих готелях США високої категорії. Його обов'язки стосуються забезпечення номерів свіжими рушниками, надання охайного вигляду постелі, заміни живих квітів, надання приміщенню привабливого естетичного вигляду. Часто по-

саду стюарда займають спеціалісти з дизайну, проєктування інтер'єру. Стюарди починають працювати у другій половині дня.

10.3 Організація діяльності допоміжних підрозділів – пральні та хімчистки

Готелі середніх і великих розмірів у структурі служби обслуговування номерного фонду обов'язково мають сучасні **пральні** й **хімчистки** з використанням комп'ютеризованих машин для прання, хімчистки, сушіння та прасування білизни й одягу. **Керівник пральні** найчастіше підпорядковується менеджеру служби обслуговування номерів, організовує роботу із забезпечення готелю чистою білизною для номерного фонду і ресторанів, а також організовує виконання замовлень гостей з хімічної очистки одягу, його прання або прасування.

У *малих готелях утримування пральні та хімчистки економічно неефективне.* Необхідність спеціального приміщення або переобладнання приміщення на пральню – фінансово затратні. Оптимальний варіант для них – самостійно купувати білизну й укладати договір на її прання та прасування. У будь-якому випадку обов'язок менеджера служби обслуговування номерів стосується суворого контролю за готельною постільною білизною.

У технологічній інфраструктурі готельного підприємства функції та місце пральні й хімчистки загалом схожі. Для діяльності цих структурних ланок потрібні просторі приміщення, спеціальне обладнання (пральні, сушильні та прасувальні машини), обладнання для автоматизованого сортування, складання, комп'ютеризованого обліку та ін.

Ускладнення технології виробничих процесів унаслідок використання сучасних автоматизованих систем, хімічних засобів підвищує вимоги до посади керівника цієї ланки в готелях. Він повинен знати технологію використання побутової хімії, знаходити типові несправності і вміти їх локалізувати. Аналогічними знаннями має володіти персонал пральні й хімчистки.

У **хімчистках** готелів використовують спеціальне обладнання для маркування одягу, що пришвидшує процес сортування та унеможливлює непорозуміння з клієнтами. Гість використовує

спеціальний пакет разом із заповненою формою бланка з переліком усіх речей, які віддаються до хімчистки.

Бланк переліку речей, які передають у пральню чи хімчистку, – вагомий документ реєстрації одягу. За ним працівник пральні або хімчистки звіряє список із вмістом пакета. Крім цього, у хімчистках до речей часто прикріплюють інформатор з кодом клієнта. У великих готелях є категорія працівників, котрі отримують і реєструють замовлення, забезпечують доставку, визначають рахунок та ін. Керівник пральні й хімчистки завжди повинен висувати пропозиції, спрямовані на підвищення ефективності роботи цих підрозділів для збільшення прибутку підприємства, а саме: введення нових послуг (експрес-прання за додаткову плату, підкрохмалювання одягу та ін.).

Пральня й хімчистка тісно взаємопов'язані з іншими службами та підрозділами готелю, зокрема зі службою прийому та розміщення, куди передають рахунки клієнтів.

10.4 Організація роботи покоївки

10.4.1 Підготовка покоївки до робочої зміни

Перед початком робочої зміни покоївка повинна зареєструватись у менеджера служби або старшої покоївки, де вона отримує завдання на прибирання у готелі, ключі від кімнат (або ключ-картку), за отримання яких вона звітує в журналі обліку ключів і в наприкінці робочого дня повертає ключі.

Служба обслуговування номерного фонду (Housekeeping Department) щодня звіряє свої дані про номери з даними служби прийому. Повідомлення служби прийому про виписку гостя з номера відразу фіксується у відповідній графі журналу. У іншій графі записується прізвище покоївки, якій доручено прибирання номера, після чого в журналі робиться відповідна відмітка. Про готовність номера повідомляється служба прийому.

Покоївки (maids) зазвичай працюють у дві зміни: з 7.00 до 15.00 і з 15.30 до 22.00. У висококласних готелях, для того, щоб оточити гостя цілодобовою увагою, застосовують тризмінний графік роботи покоївок, який передбачає забезпечення поступового переходу від зміни до зміни та дозволяє здійснити т.зв. «безшовний сервіс».

Покоївка має чітко дотримуватися Стандартів прибирання, затверджених у даному закладі гостинності. Перед початком роботи вона **повинна**:

– одягнути чистий і добре випрасуваний формений одяг;

– одержати ключі і завдання від старшої покоївки – наряд на роботи, де зазначені номери кімнат, категорії номерів, вид прибирання;

– перевірити наявність прибирального інвентарю й матеріалів;

– одержати потрібну кількість комплектів постільної білизни, рушників і туалетного приладдя;

– взяти рекламний матеріал;

– укомплектувати візок предметами і засобами для прибирання;

– ознайомитися з інформацію про гостей, кімнати яких їй потрібно буде прибрати (імена, національність, стать). Крім того, варто поцікавитися чи перебувають в номері діти, і узгодити час прибирання.

Окрім того, покоївка повинна **знати**:

– як поводитися при вході в номер;

– прибирання номерів проводиться за відсутності гостей, окрім випадків, коли в кімнаті перебуває хворий або живе родина, члени якої постійно перебувають у номері. За таких обставин прибирання здійснюють з дозволу гостей. Якщо на дверях висить табличка «Не турбувати», то покоївка зобов'язана повідомити про це керівництво служби. За бажанням гостя прибирання може здійснюватися в його присутності;

– перед тим, як відчинити двері номера ключем, покоївка повинна тричі постукати, навіть якщо впевнена, що в кімнаті нікого немає;

– номери прибирають при напіввідчинених дверях;

– прибираючи санітарний вузол, покоївка повинна чітко дотримуватися вимог санітарно-гігієнічних норм;

– якщо в номері розкладені особисті речі гостей, після прибирання потрібно розкласти їх на ті ж місця;

– не можна складати до валіз або шафи речі гостей, вийняті ними;

– при виявленні в номері факту псування клієнтом готельного майна, потрібно негайно доповісти керівництву служби;

– дивитись в номері телевізор і слухати музику, користуватися санвузлом або ванною заборонено;

– заборонено палити в номері, розмовляти з гостями, загравати з їхніми дітьми.

10.4.2 Укомплектування візка покоївки

Візок покоївки використовується для транспортування прибирального інвентарю, засобів, предметів для прибирання, білизни, рекламного матеріалу наборів туалетного приладдя тощо. Зазвичай складається з двох ярусів – *на верхньому* розміщують чисту білизну, туалетне приладдя, рекламні матеріали, які необхідно замінити або поновити у номерах, *на нижньому* – засоби й інвентар, якими користується покоївка в процесі прибирання, обов'язково передбачене місце для поліетиленового мішка, куди складається брудна білизна.

Укомплектований візок покоївки повинен містити:

– *прибиральний інвентар* (серветка для полірування меблів; для видалення пилу в кімнаті; серветка/ганчірка для миття ванни і умивальника; для миття унітазу; для миття підлоги у ванній кімнаті; серветка для полірування дзеркальних і хромованих поверхонь; губки; гумові/бавовняні рукавички, фартух, щітки (для миття туалету та ванної кімнати + йорж для туалету); рушник для полірування склянок; пилосос, швабра; пристрій для миття вікон; мішки (для брудної білизни, сміття, одноразові для сміттєвих кошиків); відра (для миття кімнати, санвузла);

– *прибиральні матеріали* (засоби для чищення, мийні, дезінфікуючі, для миття всіх видів поверхонь, для підлоги з будь-яким видом покриття; для натирання, що містять віск, для розчинення жирів, для чищення пластикових поверхонь, для обробки дерев'яних меблів, дезодоруючі засоби). Всі вони мають використовуватися відповідно до інструкцій, зазначених на етикетках;

– *набір туалетного приладдя*, асортимент, якість, дизайн якого залежать від категорії готелю (тверде мило в упаковці або рідке мило в диспенсері; шампунь, кондиціонер, гель для душу, лосьйон для тіла; зубна паста (3 г) і зубна щітка; станок і крем для гоління (15 мл); шапочки для прийняття душу; гігієнічні пакети для

жінок; гігієнічні накладки на кришку унітаза; серветки для особистої гігієни; туалетний папір (2 рулони: один – на спеціальному паперотримачі, другий – запасний. Його розташовують так, щоб він відмотувався в бік клієнта. Початок рулону туалетного паперу складають буквою V (на кут) або за зразком, прийнятим в готелі);

– *предмети індивідуального користування та гостинності* (швейний набір: набір ниток (6 кольорів), 2 білих ґудзики, англійська шпилька, голка (в готелях категорії 3, 4, 5 зірок); інформаційна папка гостя з поліграфічною продукцією; штопор; щітка для одягу, набір для чищення взуття; мішки для передачі брудних речей гостя до пральні; бланки-замовлення для пральні; поліграфічна інформаційна продукція; сірники з логотипом готелю та попільничка;

– *чиста білизна;*

– *набір рекламних матеріалів.*

Тапочки є аксесуаром ванної кімнати. У готелях категорії 5* їх виготовляють з такої ж тканини, що й халат. Вони повинні мати неслизьку підошву. Бувають двох видів: азійські (виконані на одну ногу) та європейські (лівий відповідає лівій нозі, правий – правій нозі).

У готелях високого класу гостям пропонують **банні халати.** Вони можуть мати логотип готелю та навіть ім'я гостя на верхній кишені для постійного клієнта, що демонструє персоніфікований підхід до обслуговування в готелі. Халати можуть бути виконані з махрової чи вафельної тканини.

У номерах класу «люкс» і апартаментах додатково може бути махрове простирадло.

10.5 Організація і технологія виконання прибиральних робіт

10.5.1 Організація прибиральних робіт

Незалежно від категорії, розмірів і призначення готелю, він постійно має бути чистим, як і прилегла до нього територія. Це потребує величезної повсякденної праці готельного персоналу із прибирання території, житлових і адміністративно-господарських приміщень. Тому важливо знати, як краще організувати й проводити роботи з упорядкування і прибирання, забезпечення чистоти в готельному підприємстві.

Для проведення швидкого та якісного прибирання з дотриманням усіх санітарно-епідеміологічних норм у готелі мають бути:

– *висококваліфікований професійно підготовлений персонал;*

– *повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;*

– *сучасні види прибиральних машин і механізмів.*

Важливий правильний розподіл часу, витраченого на прибиральні роботи. При їх виконанні дотримуються кількох **принципів**:

- *персонал на поверхах повинен «якомога менше потрапляти на очі» гостям;*
- *інвентар та інструменти для прибирання не мають залишатися в місцях загального користування;*
- *покоївкам і прибиральницям заборонено відволікатися на особисті справи під час виконання прибиральних робіт.*

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

Виділяють такі **категорії прибиральних робіт**:

- *прибирання прилеглої до готелю території;*
- *прибирання території центрального входу і вестибюлю та деяких приміщень вестибюльної групи (гардероб);*
- *прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і підсобних приміщень;*
- *прибирання номерного фонду (житлових номерів + санвузлів індивідуального користування).*

Всі види прибиральних робіт здійснюються працівниками служби обслуговування номерного фонду. Для виконання прибиральних робіт існують такі **категорії персоналу**:

- *покоївки, які прибирають житлові номери;*
- *прибиральники, зайняті на прибиранні місць загального користування;*
- *прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.*

Для забезпечення якісного прибирання і максимальної чистоти приміщень, а також предметів устаткування, що знаходяться в них, при мінімальних затратах сил і часу необхідно дотримуватися **певної послідовності** в роботі. При виконанні прибиральних робіт рекомендується:

– прибирання проводити за годинниковою або проти годинникової стрілки, щоб не пропустити жоден предмет обстановки;

– керуватися принципом «від чистого до брудного» і «зверху донизу».

Прибирання здійснюється із суворим дотриманням усіх санітарно-гігієнічних норм.

10.5.2 Технологія виконання прибиральних робіт номерного фонду

У технології прибирання номерів **розрізняють** (див. додаток Е):

– *щоденне (поточне і проміжне)*,

– *після від'їзду гостей*,

– *генеральне прибирання*.

Прибирання номерів здійснюється у такій **послідовності**:

– спочатку прибирають номери, заброньовані на поточний день;

– потім – номери, що звільнилися після виїзду гостя;

– після цього – заселені;

– останніми – вільні.

Циклічність прибирання залежить від типу прибирання і категорії номерів (стандартні, поліпшеного планування, напівлюкс, люкс та ін.). Наприклад:

– *поточне прибирання* стандартних заселених номерів – один раз на два дні, номерів поліпшеного планування – щодня;

– *проміжного* (впродовж дня) прибирання стандартних заселених номерів – немає, тоді як «люкс» прибирається двічі на день;

– *вечірньої підготовки* стандартних заселених номерів – немає, натомість у напівлюксі є та ін.

Час прибирання залежить від типу прибирання:

– прибирання заброньованих номерів відбувається до розрахункової години (зазвичай, 12:00);

– прибирання номерів, що звільняються, поточне або генеральне прибирання заселених і вільних номерів – після розрахункової години;

– проміжне (упродовж дня) прибирання заселених номерів – з 14:00 до 16:00;

– вечірня підготовка заселених номерів – з 20:00 до 22:00.

Якщо прибирання заброньованих номерів закінчилося раніше

розрахункової години, то інші прибирання можуть починатися і раніше 12:00.

Прибирання необхідно проводити у час, коли гостей у номері немає, для цього слід заздалегідь узгодити з клієнтами час прибирання. Якщо гості перебувають у номері, треба отримати дозвіл на прибирання.

Щоденна поточне прибирання. У вільних номерах покоївка щоденно: провітрює, витирає пил, перевіряє справність устаткування, спускає воду в усіх сантехнічних приладах для продовження їхнього експлуатаційного терміну. Заброньовані номери повинні бути прибраними до 12-ї години. Поточне прибирання номерів, *в яких проживають гості,* бажано здійснювати за їхньої відсутності, але до 16-ї години.

Цей вид прибирання передбачає (див. додаток Е) провітрювання приміщень, прибирання і миття посуду, застеляння ліжок, прибирання стола, тумбочок, протирання пилу, прибирання санвузла, догляд за вазонами. Обов'язок покоївки також - перевірка стану меблів та обладнання номерів. Якщо номер складається з кількох кімнат, процес прибирання, насамперед, необхідно починати у спальні, далі у вітальні, інших приміщеннях, завершується прибирання санвузлом.

Щоденне проміжне (експрес) прибирання у номерах найчастіше здійснюється у другій половині дня на вимогу гостей за окрему плату або якщо це прибирання зазначене у розпорядку робочого дня. До обов'язків покоївки входить видалення сміття з номера, прибирання і миття посуду, протирання обіднього столу, перестилання постільної білизни, заміна постільної білизни, прибирання у санвузлі, готування ванни, заміна рушників, миття підлоги або механізоване прибирання підлоги.

Якщо ***незаселені номери*** прибрані попередньою зміною, то до обов'язків покоївки входить перевірка якості прибирання номера і санвузла, комплектації теки гостя, наявності повного комплекту туалетного приладдя і предметів гігієни, роботи побутової техніки, телефону, освітлювальних приладів і протирання пилу з полірованих поверхонь.

Усі види прибирання, що проводяться у номерах готелю, здійснюються з обов'язковим використанням відповідного інвентаря і необхідних витратних засобів.

Якщо гість залишив *білизну для прання*, покоївка повинна передати її у спеціальному пакеті старшій покоївці, яка передає її до пральню, оформивши квитанцію з переліком білизни і зазначивши вартість прання. Після цього кладе на стіл чистий бланк-замовлення на прання, вішає новий пакет для білизни в санвузлі або на полиці в передпокої. Якщо у номері виявлені несправності сантехнічного обладнання, електрообладнання, водопостачання, побутової техніки, подають заявку у диспетчерський пункт інженерно-експлуатаційної служби, здійснюють запис у журналі і простежують за її виконанням.

При ***від'їзді гостей*** покоївка має перевірити, чи не забули гості речі, стан обладнання у номері, замінити постільну білизну і рушники, інформаційний матеріал, після цього – прибрати номер.

Генеральне прибирання всієї житлової площі проводиться не менше одного разу на 10 днів. Генеральне прибирання здійснюється за відсутності гостей у номері і пов'язується з вологим прибиранням, протиранням меблів, видаленням плям на підлозі, килимовому покритті, м'яких меблях, миттям санвузлів спеціальним розчином.

Згідно із загальноприйнятими стандартами (див. додаток Е) у готельному господарстві **схема прибирання номера** така:

– провітрювання та кондиціонування приміщень (провітрювання забезпечується природним шляхом – відкриттям вікон на 20-30 хв., або з використанням систем кондиціонування). Комфортні аеродинамічні характеристики приміщень обов'язково повинні забезпечуватись за півдоби перед прибуттям гостей у номер;

– прибирання великого сміття;

– знімання брудної білизни з постільних аксесуарів;

– чисту білизну необхідно покласти поруч із ліжком, ліжко з постільними аксесуарами залишають на певний час для провітрювання;

– з ванної кімнати забирають використані рушники, халат тощо;

– миють раковини і стакани;

– миють ванну й унітаз;

– у період висихання ванни і раковин застеляють постіль;

– здійснюють прибирання балкона (якщо він є в номері);

– у житловій кімнаті витирають пил з усіх предметів;

– здійснюють прибирання підлоги пилососом;

– миють підлогу у ванній кімнаті;

– поновлюють і замінюють предмети індивідуального користування (мило, сірники, туалетний папір та ін.);

– у ванній кімнаті міняють рушники, халати та ін.

Не можна змінювати білизну у присутності гостя або дозволяти йому ставити речі в неприбраний номер.

Прибирання номерів повинно здійснюватись з дозволу гостей. Якщо на ручці дверей висить табличка «Прохання не турбувати», то це слугує пересторогою для покоївки не заходити у номер. Коли ж її на дверній ручці немає, покоївка, попередньо постукавши і назвавшись, заходить в номер і питає дозволу на прибирання. Отримавши його, вона починає прибирати з ванної кімнати, потім покоївка продовжує прибирання у житловій кімнаті в присутності гостя (якщо він не заперечує) або може попросити гостя вийти.

Після прибирання покоївками номерів, їхню роботу **перевіряє** черговий на поверсі. Впродовж робочої зміни черговий на поверсі при швидкій перевірці, згідно з нормами, повинен оглянути 100 номерів, при ретельнішій перевірці норма становить 35 номерів. В процесі швидкої перевірки (триває 3-5 хв) черговий на поверсі повинен з'ясувати, чи проводилося провітрювання в номері (особливу увагу необхідно звернути на наявність сторонніх запахів у санітарно-гігієнічних приміщеннях номера), якість прибирання у житловій частині і санвузлах – чи видалені наліт, плями на раковині, унітазі, душовій, ванні, облицювальній плитці, як прибране ліжко, витертий пил. Більш ґрунтовна перевірка (триває 7-10 хв) стосується детального вивчення черговим на поверсі якості прибирання, заміни постільної білизни, рушника у ванній кімнаті, поповнення використаних супутніх матеріалів, видалення плям на килимовому покритті, м'яких меблях, заміни інформаційного матеріалу, технічного стану побутових приладів. Будь-які зауваження щодо якості обслуговування покоївки слідобов'язково враховувати в перспективі.

У структурі службових приміщень готелю служба обслуговування номерів повинна володіти **приміщеннями виробничого використання**, що мають достатні розміри для організації та

проведення керівником служби координаційної роботи, навчання, тренінгів, відзначення корпоративних заходів та ін. Тут:

– покоївки отримують завдання і звітують про виконання роботи;

– обговорюються завдання для виконання роботи за секторами готелю;

– проводяться телефонні розмови персоналом;

– готується інформація щодо підготовки номерів до прийому гостей;

– видаються розпорядження щодо видачі засобів та інвентаря;

– зберігаються і контролюються ключі службового використання.

Окрім загального службового приміщення, на кожному поверсі у готелях повинні бути **технологічні приміщення для обслуговуючого персоналу**, які використовуються для зберігання інвентаря, засобів догляду за приміщеннями, перевдягання і зберігання особистих речей, відпочинку.

У функціональній структурі служби виділяються окремі підрозділи, які здійснюють ***ремонт, прання уніформи*** готельного персоналу. У висококласних готелях, орієнтованих на сімейний відпочинок, організовується окрема структурна ланка нянь (*babysitter*) для догляду за дітьми, яка працює епізодично. До її роботи долучається персонал інших служб, який у вільний час має можливість додаткового заробітку. Гості у таких ситуаціях оплачують послуги безпосередньо персоналу.

Обсяг роботи і розподіл обов'язків серед персоналу служби істотно залежить від розмірів готелю, місця його розташування, наявності прилеглої території, що знаходиться у структурі готельного комплексу. Якщо готель має прилеглу зелену зону, до функцій цієї служби входить дотримання порядку і чистоти її території.

10.5.3 Технологія прибирання приміщень загального користування

До **місць загального користування** відносять: вестибюлі, холи, коридори, гардероб, адміністративні, службові і підсобні приміщення, сходи і місця для відпочинку й проведення масових заходів.

Особливість дотримання чистоти в групі цих приміщень полягає в численному потоці відвідувачів. Основне прибирання місць загального користування проводиться ***рано-вранці, пізно увечері*** або ***вночі***. Упродовж дня місця загального користування прибираються у міру забруднення.

Обсяг прибиральних робіт місць загального користування включає:

– миття підлоги з миючими засобами;
– механізоване прибирання підлоги;
– натирання металевих деталей і устаткування спецзасобами;
– чищення скла, дверей, підніжних щіток, решіток, підвіконників і дзеркал;
– видалення сміття зі смітників, урн і бачків;
– видалення сміття і миття попільничок;
– видалення пилу й обробка столів, стійок.

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

– провітрювання приміщень;
– видалення пилу з крісел, диванів, журнальних столиків, підставок під квіти, дзеркал тощо;
– видалення пилу за допомогою пилососа з паркетної підлоги, тафтингових покриттів (ковроліну) в холах і вітальнях;
– миття всіх інших підлог і у вестибюлі за потреби.

Через день протирається електроарматура, заздалегідь виключена з мережі.

Щотижня протираються насухо відтиснутою ганчіркою паркетні підлоги, обробляються пилососом м'які меблі, протираються вологим способом віконні блоки з підвіконнями.

Не рідше 1 разу на місяць миють двері, батареї, протирають естампи, літографії, картини та ін., світильники на стінах і стелі.

Кожні два місяці необхідно протирати поверхню стін, обмітати стелі, змінювати штори, протирати карнизи.

Не менше двох разів на рік миються вікна (весною і восени). Паркетні підлоги натираються за потреби.

Вдень прибиральники і швейцари стежать за чистотою вестибюлю, вхідних дверей, вікон, скла, а також за накопиченням сміття в кошиках, попільничках, чистотою стійок тощо.

10.5.4 Технологія прибирання санвузлів загального користування

Санітарні вузли загального користування прибирають відповідно до графіка прибиральних робіт, який вивішується у приміщенні санвузла. Після кожного прибирання прибиральниця вносить помітки про проведені санітарні роботи із зазначенням часу їх завершення. *Поточне прибирання* проводять щоденно з інтервалом 40 хв у денний час і через кожні 1,5 год вночі.

Під час виконання прибиральних робіт у санвузлах загального користування прибиральниця **повинна**: одягнути прогумований фартух і гумові рукавички; винести сміття з кошика та вимити цей кошик; помити стіни санітарного вузла дезінфікуючим розчином; помити стіни чистою водою, протерти сухою ганчіркою.

Прибирання дзеркального набору передбачає протирання дзеркала (спочатку вологою, а потім, до блиску, – сухою ганчіркою); миття і протирання з обох боків туалетної полички; перевірку наявності туалетного набору.

При прибиранні умивальника необхідно: сполоснути його гарячою водою; протерти мийним розчином; ретельно вимити з внутрішнього та зовнішнього боків, протерти дезінфікуючим розчином; промити водою, протерти насухо, натерти до блиску крани; перевірити наявність у дозаторах рідкого мила, за потреби поповнити їх.

Прибираючи унітази та пісуари потрібно: облити їх внутрішні стінки гарячою водою; протерти дезінфікуючою пастою; сполоснути гарячою водою; вимити дезінфікуючим розчином, у т. ч. кришку і ручки; протерти сухою ганчіркою всі поверхні.

Завершують прибирання санвузлів загального користування миттям водою з доданням дезінфікуючого розчину гумового килимка і підлоги. Перевіряють наявність туалетного паперу і паперових рушників, рідкого мила у дозаторах, за потреби поповнюють запас.

Прибирання санвузлів здійснюється з обов'язковим використанням дезрозчинів.

Генеральне прибирання у санвузлах загального користування здійснюють через кожні 10 днів. До переліку прибиральних робіт додається проведення дрібного ремонту приміщення й оснащення санітарного вузла, повна дезінфекція приміщень.

Прибирання інших приміщень проводять, зазвичай, вранці, а підприємств ресторанного господарства – в дві зміни: з 7.00 до 8.00 і перед закриттям. Генеральне прибирання у ресторані здійснюють раз на тиждень, у понеділок. Воно охоплює більш ретельне прибирання та ремонт елементів інтер'єру.

10.5.5 Догляд за прилеглою територією

До навколишньої території належить територія готелю, визначена проєктною документацією. Найчастіше вона охоплює споруди і будинки на території, автомобільні стоянки, територію водойм (річок, ставків, озер тощо), зелені насадження (ліси, парки, газони, клумби та ін.), тротуари і шляхи перед основною готельною будівлею.

Догляд за прилеглою до готелю територією складається з:

– підтримки належного санітарно-екологічного стану території (щоденне прибирання відповідно до пори року);

– миття урн для сміття, контролю за чистотою в місцях для паління;

– прибирання господарського двору;

– миття контейнерів для сміття;

– вивезення сміття, опалого листя, снігу;

– догляд за зливною системою;

– догляд за клумбами та зеленими насадженнями.

Залежно від сезону *обсяг прибиральних робіт* на прилеглій території відрізняється і **охоплює**:

– в зимовий період – прибирання снігу та криги, розчищення доріжок;

– навесні – прибирання сміття і догляд за зеленими насадженнями;

– влітку – прибирання сміття, полив території, догляд за зеленими насадженнями;

– восени – прибирання сміття, листя, підготовка декоративних насаджень до зими.

10.6 Роботи, пов'язані з оборотом постільної білизни

10.6.1 Організація роботи білизняного господарства

Білизняне господарство готельного комплексу є важливою складовою частиною сервісного обслуговування готелю. Білизна готелю враховується на балансі готелю, і персонал, що працює з білизною, є матеріально відповідальним. Постільна білизна і рушники належать до **групи м'якого інвентаря**.

Із постільною білизною у готелях працюють такі **категорії персоналу**:

- завідувач білизняним складом,
- завідувач білизняною,
- кастелянша,
- швачки, штопальниці,
- прачки,
- працівники прасувальних,
- покоївки.

Білизняне господарство готелю представлене центральною білизняною, білизняними кімнатами на поверхах, складами чистої білизни, приміщеннями для брудної білизни.

Чисту білизну розміщують на стелажах у відповідних приміщеннях за видами, що дозволяє вести облік білизни на поверсі. Для правильного зберігання та обміну предметів постільної білизни, доцільно складати пачками в комірки для зберігання: простирадла по 10 штук; підковдри по 5 штук; рушники і наволочки по 10-20 штук.

Кожні 2 роки постільну білизну потрібно змінювати через знос. Списують її залежно від ступеня зносу, на який впливають якість тканини; частота прання; умови зберігання та експлуатації.

Кількість необхідної білизни на одне місце визначається категорією готелю, його розмірами та політикою адміністрації. Загалом, один комплект постільної білизни експлуатується в номерах, другий – як оперативний одноденний обмінний фонд (дорівнює числу середнього добового виїзду) зберігається на поверсі, третій – на складі брудної білизни (призначений для відправки на прання), четвертий – в пральні, п'ятий, шостий комплекти – на складі. Так, при одночасному використанні шести комплектів фізичний знос складає 25%.

В умовах сьогодення готелі приділяють велику увагу питанням **екології**: впроваджують програми, які дозволяють значно скоротити споживання енергії, води, зменшити кількість відходів. Відповідно потрібно розробляти правила поведінки, які дозволять дотримуватися всіх екологічних вимог персоналом готелю та мешканцями. Багато готелів звертаються до гостей із проханням залишати на підлозі чи краю ванни рушники, які вони бажають замінити. Це дозволяє покоївкам замінювати лише використані рушники. За такої практики кількість рушників, що перуться щоденно (за умови дотримання цих правил хоча б половиною гостей), скорочується на третину. А отже, можна економити не лише ресурси, а й збільшити строк експлуатації м'якого інвентарю.

10.6.2 Вимоги до готельного текстилю

Весь готельний текстиль умовно можна поділити на кілька **категорій**:

– *постільне приладдя* – подушки, ковдри, наматрацники, пледи;

– *постільна білизна* – наволочки, простирадла, підковдри;

– *махрові вироби* – рушники, банні килимки, халати, тапочки;

– *декоративний текстиль* – штори, покривала, декоративні подушки та ін.

Укомплектування номера *м'яким інвентарем* передбачає*:*

– наматрацник – 1 на ліжко;

– простирадло – 1 на ліжко;

– ковдру – 1 на ліжко та 1 додаткову в шафі;

– подушку – на 1 гостя кількість подушок не лімітується, але не менше однієї, плюс додаткова подушка в шафі. У висококласних готелях передбачається *меню подушок*, де вони пропонуються різних розмірів, з різними наповнювачами, в тому числі ароматизовані та гіпоалергенні.

Для текстилю, який має право називатися готельним, існують досить жорсткі вимоги. **Основними вимогами** до всієї продукції є, безумовно, висока якість і зручність в експлуатації (можливість використання машинного прання і сушки, зручні для роботи покоївок конструкції наволочок, підковдр, наматрацників тощо).

Втім, для кожної категорії є і свої специфічні параметри. Головною характеристикою постільного приладдя є *антиалергенність наповнювачів*. Тому готельєри переважно обирають відомий у всьому світі поліестеровий наповнювач Hollofibre. Подушки і ковдри з натуральними наповнювачами (пух/перо, перо) менш поширені, оскільки існує можливість алергічних реакцій у гостей, також вони більш трудомісткі в експлуатації, а також істотно відрізняються за ціною (дорожчі).

Обов'язковим предметом комплектації готельних номерів є **наматрацник**, який дозволяє продовжити термін служби матрацу. Внаслідок загального прагнення відповідати міжнародним стандартам якості, наявність наматрацника є такою ж звичною справою, як подушки або ковдри, навіть у готелях малої «зірковості». Наматрацники виготовляють різноманітних конфігурацій і з різних матеріалів. Для нестандартних розмірів матраців зручний наматрацник, що закріплюється по кутах гумками. Найпоширеніший варіант – коли наматрацник одягається як чохол, закриваючи лише верхню і бічні сторони матраца. Для верхнього шару наматрацника зазвичай використовується «дихаюча» тканина (microfibre), а для наповнення – поліестеровий наповнювач (Hollofibre).

У готелях, починаючи з 4*, зазвичай пропонуються додаткові **ковдри** або **пледи**. Найпрестижнішими вважаються вироби з чистої шерсті. Наступні позиції посідають пледи з суміші поліестеру і шерсті, які не поступаються за тепловими якостями шерстяним, проте термін їхньої експлуатації більший. Використовуються також пледи зі 100% поліестеру, 100% акрилу та ін. Значне поширення синтетичних пледів пояснюється тим, що для них придатне машинне прання.

Важливим іміджевим моментом для будь-якого готелю є **постільна білизна**. Для її виготовлення адміністрація готелю повинна використовувати тільки високоякісні чисті і естетично привабливі **тканини** таких видів: бавовняні (ситець, бязь); віскозу; льон; бавовну + синтетичні волокна; шовк. З точки зору експлуатації вигідніше використовувати білизну зі змішаних тканин, оскільки вони мають вищі показники зносостійкості, ніж бавовна, а також дешевші. Традиційна пропорція в змішаних тканинах – 50% бавовни і 50% поліестеру.

В готелях використовують постільну білизну різних розмірів залежно від розміру ліжка. Найпопулярніші розміри постільної білизни варіюють в таких межах:

– підодіяльник (підковра) – 205×225 см; 225×245 см; 200×220 см (найпоширеніший);

– простирадло – 240×280 см; 240×220 см;

– наволочка – 50×70 см; 70×70 см.

Довжина і ширина підковдри та наволочки повинні бути більшими за відповідні розміри ковдри і подушки приблизно на 5 сантиметрів – для вільного облягання.

Найпривабливішим і найпрактичнішим для готелів залишається ***класичний білий колір***, оскільки біла білизна піддається обробці при найвищих температурах, що веде до мінімізації витрат пральнею.

При виборі тканини існує пряма залежність між ціною і якістю. Чим вища ціна, тим якісніша білизна, тим довший термін служби. Професіонали також радять працювати з одним виробником білизни і постільного приладдя, тоді не виникатиме проблем з підбором білизни під постільне приладдя і навпаки.

Махрові рушники мають відповідати таким вимогам: бути достатньо щільними, довговічними, не повинні бути занадто важкими, витримувати температуру прання в 90 градусів, мати привабливий вигляд та помірну ціну.

Розміри рушників залежать від компанії-виробника. Так, розмір серветки для обличчя коливається в діапазоні 30(40)×30(40) см, рушника для рук – 50×80(90) см, банного рушника – 70×140, банного простирадла – 100×150, килимка – 50×70 (80) см. Номер також може бути забезпечений кольоровими рушниками для сауни, басейну або пляжу.

Кількість рушників у готелі повинна в 2-3 рази перевищувати номерний фонд.

Халатами оснащують готельні номери готелів 5* і 4*, оптимальна вага яких 420-450 г/кв. м. На зимовий період традиційно пропонуються махрові халати і тапочки, на літній – вафельні.

Адміністрація готелю повинна постійно стежити за тим, яка білизна використовується. У номерах неприпустимо використовувати пом’яту білизна, з іржею, дірочками або плямами. Білизна

і постільні речі повинні бути бездоганно випраними, підкрохмаленими і випрасуваними.

До дефектів, недопустимих для використання білизни, *відносять*:

– плями різних видів, що не піддаються відпиранню чи виведенню;

– дірки різного виду, що не піддаються ремонту або роботам (штопці, латочкам, відстроченню по швах та ін.);

– необроблені краї білизни;

– старі плями на білизні.

При виявленні дефектів білизни її необхідно замінити і здати в білизняну, але у жодному випадку не змішувати з брудною білизною. Якщо білизна зіпсована з вини гостя, покоївка має доповісти про це черговому по поверху і завідувачці поверху. Прибирання цього номера із заміною білизни необхідно проводити у присутності гостя, з'ясувавши конфліктну ситуацію.

Білизна і всі постільні речі потребують належного догляду за ними. Своєчасне прання і ремонт, уміла експлуатація, дбайливе ставлення до них гостей, що проживають у готелі, створюють умови для їх тривалого збереження.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які склад і функції служби обслуговування номерного фонду?

2. Охарактеризуйте організаційну структуру служби обслуговування номерного фонду. Назвіть основні обов'язки персоналу служби.

3. Дайте характеристику роботи підрозділу покоївок.

4. Опишіть основні функції допоміжних готельних підрозділів – пральні та хімчистки.

5. Розкрийте процес підготовки покоївки до робочої зміни. Якими фаховими знаннями повинні володіти покоївки?

6. Розкажіть про комплектацію візка покоївки. Назвіть всі необхідні елементи комплектації.

7. Які види прибиральних робіт виділяють у готелях? Назвіть категорії персоналу, зайнятого на виконанні прибиральних робіт.

8. Назвіть види прибирання, які розрізняють у готелях. В якій послідовності та з якою циклічністю вони виконуються? Як залежить час прибирання від його типу?

9. Опишіть технологічний цикл щоденного поточного прибирання.

10. Який обсяг робіт виконує покоївка під час щоденного проміжного прибирання?

11. Опишіть схему прибирання номера.

12. Які функції служби обслуговування номерного фонду виконуються в приміщеннях виробничого використання?

13. Розкрийте технологічний цикл прибирання приміщень загального користування.

14. Опишіть послідовність виконання прибирання в санвузлах загального користування.

15. Які види робіт передбачені при догляді за територією готелю?

16. Назвіть персонал та основні функції білизняного господарства.

17. Охарактеризуйте основні категорії готельного текстилю. Які вимоги ставляться до нього?

Тести для самоперевірки

1. Який структурний підрозділ відповідає за технічне обслуговування, чистоту й естетичний вигляд номерів, місцях загального користування і на прилеглій території?

а) служба обслуговування номерного фонду;

б) інженерно-технічна служба;

в) служба прибирання;

г) служба догляду за чистотою в готелі.

2. Яка функція НЕ притаманна службі обслуговування номерного фонду?

а) дотримання належного санітарно-гігієнічного стану в номерах і приміщеннях загального користування;

б) підготовка номерів до заїзду гостей;

в) надання вечірнього сервісу;

г) роботи, пов'язані зі зберіганням, обліком, поповненням запасів миючих засобів;

д) надання послуг міні-бару;

е) зустріч і проводи гостя із можливим трансфером до аеропорту.

3. Як здійснюється оперативне реагування на проблемні питання, що виникають під час робочої зміни між працівниками служби?

а) при особистому спілкуванні;

б) з допомогою службових засобів зв'язку;

в) з використанням телефонного зв'язку з номерів;

г) складаються письмові акти з приводу кожної конкретної ситуації.

4. Від чого залежить чисельність персоналу та наявність різних структурних підрозділів у службі обслуговування номерного фонду?

а) від розмірів, категорії і призначення готелю;

б) від місця розташування даного готелю;
в) від цінової політики готелю;
г) від форми власності і політики готелю.

5. Який персонал у готелі найчисленніший?
а) покоївки; б) портьє; в) коридорні; г) посильні.

6. Яку кількість номерів може прибрати одна покоївка впродовж робочої зміни, залежно від категорії, призначення і розмірів готелю?
а) до 10; б) 12-17 номерів; в) 15-20 номерів; г) 10-15 номерів.

7. Який метод заохочення для кращих покоївок практикують у готелях?
а) дозволяють працювати в найзручнішу зміну;
б) закріплюють за ними постійні номери;
в) виплачують матеріальну винагороду;
г) закріплюють за ними найменші за площею номери.

8. Який час вважається найоптимальнішим для прибирання приміщень загального користування?
а) зранку і ввечері; б) в міру забруднення;
в) обідній час; г) вночі.

9. До чиїх обов'язків відносять забезпечення номерів свіжими рушниками, надання охайного вигляду постелі, заміну живих квітів, надання приміщенню привабливого естетичного вигляду?
а) супервайзера; б) покоївки; в) кастелянші; г) стюарда.

10. Який графік роботи покоївок застосовують у висококласних готелях?
а) двозмінний; б) тризмінний; в) денний; г) цілодобовий.

11. З чого розпочинає свою роботу покоївка?
а) одягає формений одяг;
б) одержує завдання від старшої покоївки;
в) отримує потрібну кількість постільної білизни;
г) комплектує візок предметами і засобами для прибирання.

12. Чим керується покоївка, виконуючи прибирання в номерах?
а) Стандартом прибирання; б) Національним стандартом;
в) досвідом роботи; г) Правилами прибирання.

13. Оберіть складові, необхідні для проведення швидкого і якісного прибирання в готелі?*
а) висококваліфікований професійно підготовлений персонал;
б) повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;
в) сучасні види прибиральний машин і механізмів;
г) чітко прописані Стандарти виконання прибиральних робіт;

д) достатня кількість персоналу;
е) правильне планування часу виконання прибиральних робіт.

14. Яка категорія персоналу задіяна до виконання прибиральних робіт у житлових номерах?
а) покоївки; б) прибиральниці; в) старші покоївки; г) стюарди.

15. Якими принципами керуються покоївки при прибиранні номерів?
а) прибирання проводять за або проти годинникової стрілки;
б) прибирають від чистого до брудного і зверху донизу;
в) прибирають від брудного до чистого і знизу вгору;
г) прибирають, починаючи від вікна і до дверей.

16. Які види прибиральних робіт розрізняють у номерах?
а) щоденне; б) після від'їзду гостей;
в) генеральне; г) перед приїздом гостей;
д) тижневе; е) річне.

17. Які номери прибирають насамперед?
а) заброньовані на поточний день номери;
б) номери, що звільнилися після виїзду гостя;
в) заселені номери;
г) вільні номери.

18. В яких номерах прибирання відбувається до розрахункової години?
а) заброньованих на поточний день номерах;
б) номерах, що звільнилися після виїзду гостя;
в) заселених номерах;
г) вільних номерах.

19. Коли здійснюється проміжне (експрес) прибирання?
а) на прохання гостя за окрему плату в другій половині дня;
б) до розрахункової години;
в) тільки у вечірній час;
г) тільки, якщо воно зазначене у графіку прибирання.

20. З якою частотою здійснюється генеральне прибирання у номерах?
а) раз на місяць; б) раз на 10 днів;
в) раз на тиждень; г) раз на два тижні.

21. З чого починається прибирання номера?
а) з провітрювання; б) з прибирання великого сміття;
в) з заміни білизни; г) з миття санвузла.

22. Скільки номерів може перевірити черговий на поверсі при швидкій перевірці?

а) 100 номерів; б) 35 номерів; в) 50 номерів; г) 20 номерів.

23. В чому проявляється особливість дотримання чистоти в приміщеннях загального користування?

а) вони мають велику площу;
б) мають численні потоки відвідувачів;
в) дуже швидко забруднюються;
г) мають велику кількість меблів і декоративних елементів.

24. З якою частотою здійснюється поточне прибирання у санвузлах загального користування вдень?

а) через 40 хв; б) щогодини; в) кожні 1,5 год; г) кожних 30 хв.

25. З якою частотою здійснюється генеральне прибирання у номерах?

а) раз на місяць; б) раз на 10 днів;
в) раз на тиждень; г) раз на два тижні.

26. З якою частотою відбувається зміна постільної білизни в готелі через знос?

а) раз 1 рік; б) кожні 2 роки; в) раз в 3 роки; г) в міру зносу.

27. Скільки комплектів постільної білизни на одне місце найефективніше використовувати в готелі?

а) три; б) чотири; в) п'ять; г) шість.

28. До якої категорії готельного текстилю відносять подушки, ковдри, наматрацники і пледи?

а) постільного приладдя; б) постільної білизни;
в) махрових виробів; г) декоративного текстилю.

29. Який предмет комплектації постільного приладдя ще донедавна вважався ознакою готелю високої категорії, а сьогодні є обов'язковим?

а) ковдра; б) наматрацник; в) подушка; г) простирадло.

30. Якого кольору постільна білизна найпрактичніша в готелях?

а) білого; б) з геометричними візерунками;
б) в квіточки; г) кольорового.

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛІ

11.1 Організація служби ресторанного господарства при готелі.
11.2 Функції працівників служби ресторанного господарства.
11.3 Умови, системи і методи харчування в готелях.
11.4 Організація сніданку у готелях.
11.5 Організація обслуговування в обідній час.
11.6 Надання послуг харчування в номерах готелю (Room service).
11.7 Додаткові послуги закладів ресторанного господарства при готелі.

11.1 Організація служби ресторанного господарства при готелі

Служба ресторанного господарства є невід'ємною частиною готельного бізнесу. Ресторани при готелях не тільки формують імідж готелю, але й виступають основним джерелом прибутку (приблизно третина доходів готельного комплексу припадає на ресторанне господарство, представлене закладами різного типу).

Характерною особливістю ресторанного обслуговування споживачів у готелях є надання їм повного комплексу послуг харчування: сніданку, обіду, вечері.

У службі ресторанного господарства при готелях виділяють **два** основних **шляхи** задоволення попиту: для ***організованих*** та ***індивідуальних*** туристів. Перші, як правило, оплачують послуги харчування заздалегідь, купуючи тур. Проте їхні витрати цим не обмежуються, оскільки вони додатково купують фрукти, морозиво, десерти, напої тощо. На відміну від організованих туристів, туристи-індивідуали сплачують послуги окремо (вартість послуг проживання не охоплює харчування).

Заклади ресторанного господарства при готелях представлені ресторанами, кафе, барами, буфетами, їдальнями, закусочними, де застосовуються різні форми обслуговування.

Ресторани можуть обслуговувати як організований контингент (мешканців готелю), так і неорганізований (широкі верстви населення міста та його гостей). Вони надають споживачам широкий спектр послуг. Місця розташування закладів ресторанного госпо-

дарства при готелі можуть бути різноманітними: на першому поверсі споруди, на поверхах, на даху, у вигляді літнього внутрішнього двору, зимового саду чи оранжереї (система замкненого простору) тощо. *Основний метод обслуговування споживачів у ресторані* – **офіціантами**. Застосовуються індивідуальна та бригадна форми обслуговування споживачів офіціантами.

Якщо у ресторані надаються послуги харчування іноземним туристам, офіціанти повинні знати хоча б одну іноземну мову. У готелях, які налічують понад 300 номерів, розміри ресторану повинні бути достатньо великими. Зазвичай у таких готелях не обмежуються одним рестораном, тут до послуг гостей їх може бути декілька, в т.ч. фірмовий ресторан (із системою обслуговування «a la carte»), повсякденний – для організації сніданків, обідів і вечерь (за системою «шведський стіл») та ін. Фірмовий ресторан може використовуватися також для банкетів і прийомів, обслуговування учасників з'їздів, конференцій та ін. заходів.

На відміну від ресторанів, розташованих в межах міста, специфіка готельного закладу харчування полягає в тому, що його робота тісно пов'язана з усіма підрозділами готелю.

Головною турботою керівництва служби ресторанного господарства є забезпечення завантаження ресторану в обідній та вечірній час, оскільки сніданок можна продати гостеві, включивши його до послуги розміщення в один пакет. З цією метою розробляються спеціальні програми.

Наявність **кафе** при готелі не обов'язкова, але краще мати поряд із ресторанами і невелике кафе, завдяки якому вдається розширити асортимент десертних страв, напоїв та інших виробів кулінарного і кондитерського спрямування; запропонувати *метод самообслуговування*, який більше влаштовує споживачів з обмеженим часом на користування послугами закладів ресторанного господарства. У кафе іноді може застосовуватися метод обслуговування офіціантами.

Бар – найпоширеніший тип закладів ресторанного господарства при готелі, який дозволяє гостям, окрім споживання продукції на місці, відпочити в затишному оточенні, послухати музику, розважитись. Готелю вигідно його утримувати: продаж напоїв дає значно більше прибутку, ніж продаж продукції ресторанного

господарства. Залежно від розмірів, категорії та призначення готелю в ньому можуть бути бари різного типу: *вестибюльні (лобі-бари), ресторанні, допоміжні, банкетні, при басейні, фітнес-центрі, сауні, міні-бари в номерах* готелю тощо.

Найчастіше бари розташовують поблизу ресторанів. У деяких готелях один або декілька барів розміщуються на *першому поверсі*, у вестибюлі готелю. Їх можуть відвідувати як ті, хто проживає в готелі, так і місцеві мешканці. Як правило, асортимент страв, який у ньому пропонується, обмежений. Перелік алкогольних і безалкогольних напоїв значно ширший і відображає концептуальність бару та алкогольну політику закладу ресторанного господарства готельного комплексу взагалі.

На поверхах і на даху багатоповерхової споруди також можуть бути розміщені *поверхові бари.* Для цього вибирають зручні для споживачів місця, враховуючи мальовничі краєвиди з вікон бару. Бари також можуть розташовуватися у підвальних приміщеннях, спортивній, ігровій, оздоровчій зонах та аквазоні тощо.

Буфети здійснюють продаж із споживанням на місці обмеженого асортименту холодних страв, бутербродів, напоїв, булочних і кондитерських виробів, солодких страв нескладного приготування. Дозволяється відпускання упакованої продукції на винос, а також реалізація продовольчих товарів. Призначені для швидкого обслуговування відвідувачів.

Зазвичай вони розміщуються на поверхах готелю (з розрахунку 1 буфет на 2-3 поверхи) і складаються з трьох приміщень: доготівельного, посудомийного і торгового залу.

Їдальні як заклади харчування найчастіше зустрічаються в структурі *курортних готелів*. Вони призначені для виготовлення, реалізації та організації споживання на місці різними верствами населення сніданків, обідів, вечерь. *Обслуговування може бути як офіціантами, так і самообслуговування*.

Їдальня для персоналу готелю найчастіше розміщується поряд із виробничими приміщеннями. Тут встановлюються лінії прилавків самообслуговування. Для прискорення обслуговування споживачів доцільно здійснювати безготівковий розрахунок, розрахунок у кредит тощо. У більшості їдалень при готелях запроваджується самообслуговування з наступним розрахунком.

11.2 Функції працівників служби ресторанного господарства

Служба ресторанного господарства (Restaurant Department) при готелі охоплює кухню, ресторани, бари, кафе, секцію прибирання внутрішніх приміщень і миття посуду, відділ обслуговування масових заходів та ін.

Основною **функцією** даного підрозділу є пропонування гостям продуктів харчування і напоїв. Обслуговування з боку цієї служби має комплексний характер. Кожен відділ у службі має свого керівника.

Адміністративні посади ресторану

Менеджер (керівник) – це особа, яка відповідає за ресторан. До його обов'язків відносять управління бізнесом та всіма його аспектами, прийняття важливих рішень стосовно роботи закладу, організації ресторану, маркетингової стратегії тощо. Це посада з максимальною відповідальністю на юридичному рівні.

Адміністратор чи **секретар** – це людина, яка відповідає за практичну економію ресторану. Він працює у постійному контакті з бухгалтерами та банківськими рахунками, оскільки відповідає за управління капіталом установи та забезпечення його належного використання. У його компетенції також наймання та звільнення персоналу, нарахування заробітної плати, денний заробіток і все, що пов'язано з прибутком та/або збитками закладу. Це одна з найважливіших ролей у ресторані.

Внутрішній персонал (Back of House)

Шеф-кухар – це частина адміністративного персоналу та одна з найважливіших ролей на кухні. Його функціями є: створення меню, яке сподобається всім відвідувачам; керування всіма кухонними працівниками та їх різними ділянками; прийняття адміністративних рішень щодо подачі страв у ресторані; забезпечення працездатності кухонної бригади; контакт з усіма працівниками ресторану: від метрдотеля до прибиральників. Цю посаду обіймають кухарі з високим рівнем практичного досвіду і додатковою освітою.

Менеджер із закупівель / завідувач кухні працюють у великих ресторанах. У невеликих закладах ці функції виконує адміністратор, шеф-кухар чи діляться між ними обома. Менеджер із закупівель відповідає за проведення повної інвентаризації всього на

кухні – він повинен переконатися, що всі інгредієнти доступні.

Су-шеф – це права рука шеф-кухаря; якщо шеф-кухар відсутній, су-шеф є командиром бригади кухарів. Він також відповідає за точне виконання замовлень шеф-кухаря. Крім того, су-шеф часто отримує свою посаду після успішного проходження різних станцій на кухні.

Кухар станції. Шеф-кухар станції відповідає за певну частину кухні, він підпорядковується безпосередньо шеф-кухареві і су-шефу. Є різні ***кухарі-початківці***:

– *соусник*/кухар соусу (спостерігає за кухарем риби та морепродуктів);

– шеф-*кондитер* (курує кондитерів і виробників морозива);

– шеф-*кухар комори* (спостерігає за м'ясниками);

– шеф-*кухар Rotisserie* (відповідає за приготування грилю та картоплі фрі);

– шеф-*кухар закусок* (контролює приготування тушкованих страв/супів та кухаря овочів).

На кожній із цих позицій працюють кухарі з досвідом роботи у кожній секції.

Кухарі відповідають за виконання всіх замовлень під наглядом шеф-кухаря станції, су-шеф-кухаря або шеф-кухаря.

Ця позиція є однією з найважливіших із практичної точки зору, оскільки вони відповідають за приготування всіх страв, покликаних задовольнити відвідувачів.

Помічники кухаря відповідають за всі види важливих робіт по кожній станції (цеху), не відповідаючи безпосередньо за приготування страв: за підготовку робочої зони; організацію та прибирання кожного столу за наказом шеф-кухаря станції; дбають про виробничі приміщення кожної станції; контактують із прибиральницею, оскільки стежать за тим, щоб кожне обладнання після використання потрапляло в зону посудомийної машини.

Команда з прибирання важлива, як і решта посад – її важливість зростає зі збільшенням розміру закладу. 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 при-

ладдя, 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 поповнення персоналу; контроль за наявністю комах чи тварин і виклик спеціальних служб з їх знищення у разі потреби.

Персонал фронт-оф-хауса (Front of House) та його функції

Метрдотель – це посада, життєво важлива для комфорту відвідувачів. Він ***повинен***:

– розмістити кожного гостя за своїм столом та надати меню;

– віддавати офіціантам прямі замовлення, а також стежити за тим, щоб вони дотримувалися гарного особистого подання та бездоганного поводження з клієнтами;

– бути уважним до потреб відвідувачів;

– робити обліковий запис у кінці обслуговування;

– відповідати за навчання нових офіціантів і прибиральників.

Цю посаду обіймають особи, що пройшли навчання у сфері обслуговування, мають чудові соціальні навички, володіють різними мовами, знають основи енології для виконання обов'язків сомельє та багато іншого.

Реєстратор (Адміністратор) – це особа, яка відповідає за прийом відвідувачів та перевірку їх бронювання, а також за регулювання їхнього входу та дрес-коду. Це також посада, яка вимагає від людини виключного зовнішнього вигляду та манер.

Сомельє може бути у великому ресторані. Сомельє – це експерт у галузі енології, робота якого полягає в тому, щоб порекомендувати відповідне вино з нагоди та/або страви. Крім того, він повинен безпосередньо контактувати з шеф-кухарем або су-шефом для узгодження найкращого поєднання напоїв зі стравами.

Персонал бару

У великих ресторанах, готелях високої категорії зазвичай є бари, де відвідувачі можуть чекати на своїх супутників або столика, відпочивати, спілкуватися. У барі різні **ролі**:

– **бармен** займається виключно спілкуванням з клієнтами та

приготуванням коктейлів на їх смак або з меню спиртних напоїв. Ця людина повинна добре розумітися на міксології та різних методах приготування напоїв;

– **помічники бармена** – готують все необхідне барменові для приготування коктейлів, включаючи підготовку інгредієнтів та прибирання зони бару;

– **бариста** – це людина, яка займається приготуванням кави, чаю, інших настоїв, коктейлів, смузі тощо. Іноді бармен також виступає в ролі баристи, якщо має необхідний досвід.

Офіціанти – це робоча сила та обличчя ресторану. Залежно від його організації існують різні типи офіціантів, особливо у великих закладах:

– **офіціанти**, які відповідають за доставку замовлень на кухню та доставку готових страв споживачеві. У невеликих ресторанах вони можуть прибрати і переставити стіл після того, як відвідувач пішов. Інші *функції* охоплюють передачу рахунку відвідувачам, отримання скарг або схвальних відгуків, передачу їх обслуговуючому персоналу і навіть виставлення рахунків за послуги;

– **бігуни** – у великих ресторанах вони відповідають за подачу страв на стіл. Вони працюють великими бригадами, щоб усі страви подавалися одночасно і за потрібної температури;

– **команда з прибирання** – у великих ресторанах саме вона відповідає за прибирання та перестановку кожного столу після того, як відвідувачі пішли.

11.3 Умови, системи і методи харчування в готелях

Для організації процесу обслуговування в закладах ресторанного господарства при готелях пропонують різні умови харчування (див. табл. 11.1).

У світовій практиці готельного бізнесу розрізняють дві основні **системи обслуговування:**

– ***європейський план*** (ЕР) – готельний тариф, визначений на основі вартості розміщення без урахування харчування. В цьому випадку точний час прибуття гостя до готелю не є принциповим, бо не потребує додаткових витрат готелю;

– ***американський план*** (АР) – готельний тариф, до якого включена вартість проживання і триразового харчування.

Таблиця 11.1

Умови харчування у закладах ресторанного господарства при готелі

Позначення		*Характеристика*
OB RO AO	only bed room only accommodation only	система, яка не передбачає харчування в готелі, тільки розміщення в номері
BB	bed & breakfast	До вартості проживання входить тільки сніданок (шведський стіл), із безкоштовними кавою, чаєм, водою. Інші види харчування – за окрему плату в ресторанах і барах
HB	half board	Напівпансіон – до вартості проживання входять сніданок і вечеря (шведський стіл), безкоштовно – чай, кава, вода на сніданок. На обід чи вечерю – всі напої платні
HB+	half board + extended half board	Напівпансіон – сніданок і вечеря (шведський стіл), а також місцеві алкогольні та безалкогольні напої
HBS	half board superior	Напівпансіон більш високого рівня. Зазвичай при заселенні подається шампанське. До програми входить сніданок, пізній сніданок, вечеря в ресторані (можливо, a la carte), пізня вечеря. Всі напої безкоштовні, хоча їх кількість обмежена
FB	full board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл)
FB+ EXTFB	full board + extended full board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл), а також напої (зазвичай – пиво і вино) під час прийому їжі
ALL, AI	all inclusive	Сніданок, обід і вечеря (шведський стіл). Упродовж дня – продукція власного виробництва й місцеві алкогольні та безалкогольні напої. Залежно від категорії готелю споживачам пропонують додаткове харчування: другий сніданок, вечеря, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах

UAL, UAI	ultra all inclusive	Сніданок, пізній сніданок, обід, підвечірок і вечеря (шведський, стіл). Широкий вибір кондитерських виробів, десертів, закусок, а також напоїв відомих торгових марок. Більшість готелів, що працюють за системою «ultra all inclusive», пропонують додаткове безкоштовне харчування в ресторанах з кухнею різних народів світу
HCAL, Imperial	high class all inclusive	Усі послуги надаються безкоштовно, крім магазинів, телефону, лікаря, перукарні, деяких водних видів спорту і підводного плавання

За умов використання американського плану дуже важлива точна фіксація часу приїзду та від'їзду гостей. Для цього на їхніх реєстраційних картках і готельних рахунках, окрім часу прибуття й вибуття, проставляють спеціальні коди. При прибутті гостя код в карточці означає:

B – споживач прибув до сніданку, отже, він встиг отримати триразове харчування;

L – прибув до ланчу, тобто отримав дворазове харчування;

D – тільки вечеря;

R – в день приїзду номер без харчування;

SL – клієнт прибув пізно ввечері (рівноцінний – R).

При вибутті інформація подібна, крім BB – вибув без сніданку.

Модифікований американський план (MAP) передбачає надання послуг проживання із дворазовим харчуванням, тоді як ***континентальний план*** (*continental plan*) означає, що запропоновані послуги проживання в комплексі із континентальним сніданком.

При організації сніданків, обідів і вечерь у ресторанах при готелях застосовують різні **методи обслуговування** споживачів:

- обслуговування «а ля карт» («a la carte»);
- «а парт» («a part»);
- «табльдот» («table d'hote»);
- шведський стіл;
- буфетне обслуговування.

Обслуговування «a la carte» передбачає вільний вибір споживачами страв і напоїв з меню. За такого обслуговування можна

скористатися порадами офіціанта. Незважаючи на те, що цей метод найбільш трудомісткий, нині він вважається найпоширенішим методом обслуговування в ресторанах, оскільки максимально задовольняє бажання гостей.

При ***обслуговуванні «a part»*** гості повинні зробити замовлення завчасно. Послуги харчування надаються у встановлений проміжок часу. Така форма обслуговування найчастіше застосовується в будинках відпочинку, пансіонатах, курортних підприємствах, де потрібно обслужити велику кількість гостей.

За умови застосування ***методу «table d'hote»*** всі споживачі обслуговуються одночасно за однаковим меню. Обслуговування починається тоді, коли всі зберуться за столом. Популярний у пансіонатах, будинках відпочинку та інших засобах розміщення, де виробничі потужності й можливості виробничих цехів обмежені.

Метод обслуговування ***«шведський стіл» (або «шведська лінія»)*** передбачає широкий вибір страв, до яких є вільний доступ. Асортимент страв і напоїв залежить від категорії готелю і від країни, в якій він розташований. Цей метод має низку *переваг:* збільшує пропускну здатність ресторанного залу; прискорює процес обслуговування; потребує меншої чисельності кваліфікованого персоналу тощо. Цей метод обслуговування сприймається гостями позитивно, оскільки він дозволяє самостійно обирати собі їжу за смаком та й у відповідній кількості.

Термін «шведський стіл» набув широкого вжитку тільки в українській і російських мовах. В європейських та азійських країнах такий метод обслуговування називають «**буфетним**», у Швеції – smorgasbord або «бутербродний стіл» (який передбачає будь-яку їжу). Інший варіант виникнення шведської системи харчування пов'язаний зі скандинавськими принципами самообмеження при відсутності контролю.

Головна відмінність шведської лінії від прилавків самообслуговування полягає в тому, що в першому випадку кількість і вага порції кожної страви не обмежується для споживача.

Отже, **буфет (Buffet)** передбачає самообслуговування гостей. Персонал поповнює асортимент страв і закусок, приносить додаткові порції, дає гостям поради при виборі їжі, відкриває пляшки з напоями, готує чай чи каву, забирає використаний посуд і при-

ладдя. Асортимент буфетної продукції залежить від умов її приготування і відпуску та може бути найрізноманітнішим: прохолодні і гарячі напої, хлібобулочні і кондитерські вироби, молочнокислі продукти, фрукти, різноманітні бутерброди, закуски тощо.

Останнім часом цей метод обслуговування набув популярності при організації сніданків (так званий сніданок-буфет). Він також широко використовується при обслуговуванні учасників конференцій, симпозіумів, нарад, переговорів.

11.4 Організація сніданків у готелях

Особлива увага в готелях приділяється організації сніданку. На відміну від обіду та вечері, *на сніданок приходять майже всі мешканці готелю,* оскільки *у вартість проживання закладена його вартість*.

Розрізняють такі **види сніданків** у готелях:

– ***континентальний*** *(європейський, французький) сніданок* (*Continental breakfast, CBF*) – легкий, відрізняється від англійського та інших видів сніданків відсутністю гарячих страв. Ще одна його особливість – кількість «продуктових наборів» у готелях часто дорівнює кількості гостей. Вибір продуктів визначається закладом розміщення і істотно відрізняється залежно від категорії готелю. Обов'язкові чай, кава і молоко, однак іноді можуть бути какао, шоколад, сік. Континентальний сніданок охоплює каву, чай, гарячий шоколад, гаряче (холодне) молоко, цукор, вершки, лимон, два види повидла, джем (конфітюр, варення) або мед, асортимент свіжовипечених виробів з листкового тіста та хлібобулочних виробів у кошику, масло (вершковий маргарин), свіжовичавлений апельсиновий сік. У неділю меню сніданку може доповнюватися холодним відвареним яйцем. Зазвичай вартість цього виду сніданку входить до вартості послуг проживання;

– ***розширений континентальний*** *сніданок*. На доповнення до континентального сніданку пропонують: соки (апельсиновий, грейпфрутовий, томатний), нарізку з шинки або ковбаси та твердого сиру, страви з яєць, йогурти в асортименті, кисломолочний сир, сухі сніданки типу мюслі (гранола), кукурудзяні пластівці (кульки) тощо. Страви з яєць готуються за індивідуальними замовленнями;

– ***англійський*** *сніданок* (*English breakfast*):

Класичний (High tea) або *короткий сніданок* (Short breakfast) передбачає ранковий чай або каву (чи гарячий шоколад), що подається в номер. До нього також входять цукор, булочні вироби, тости, вершкове масло (маргарин), джем, мед, варення.

Повний англійський сніданок (English breakfast) доповнюють стравами з яєць (яєчнею з шинкою або беконом, яйцями, смаженими на хлібі, омлетом з шинкою чи печерицями тощо), рибними стравами, стравами зі злакових (вівсяною кашею або супом на молоці чи воді з цукром або сіллю);

– ***американський*** *сніданок* (*American breakfast*) передбачає додатково до меню звичайну питну воду з кубиками льоду, фруктові соки (апельсиновий, грейпфрутовий, яблучний, томатний), свіжі фрукти, ягоди з вершками, страви зі злакових (кукурудзяні чи рисові пластівці), невелику порцію м'яса, пирога тощо. Може доповнюватися стравами з яєць (яєчнею окатою, яєчною кашкою, омлетом з беконом чи сосисками, томатами) зі смаженою картоплею тощо;

– *сніданок* ***із шампанським*** – нетрадиційний сніданок, час надання якого 10.00-11.30. Передбачені кава, чай, алкогольні напої (шампанське, вино), невеликі порції холодних закусок, в тому числі салати, гарячі страви, супи, десерти. Форма організації сніданку – буфетний сервіс. Організовують, як правило, під час проведення офіційних заходів;

– ***пізній*** *сніданок* організовують о 10.00-11.30. Поєднує меню сніданку та обіду: м'ясні гастрономічні продукти, твердий сир, вершкове масло (маргарин), булочки, супи, гарячі м'ясні страви, джем, гарячі та холодні напої. *Організаційна форма обслуговування* – «шведський стіл».

В деяких готелях він трансформується в ***«бранч»*** (від англ. слів *breakfast* (сніданок) та *lunch* (другий сніданок, обід) – це дуже пізній сніданок (з 11.00 до 13.00, іноді – з 12.00 до 16.00), до меню якого додають бульйони, пюреподібні супи або супи-креми.

Вегетаріанський та ***дієтичний*** сніданки також можуть бути запропоновані мешканцям готелю та просто гостям. До меню *вегетаріанського* сніданку найчастіше включають: хлібобулочні

вироби з борошна грубого помелу, вегетаріанський омлет з картоплею та запеченими томатами чи овочами, гарячі овочеві та фруктові страви, асортимент гарячих напоїв (кави, чаю, гарячого молока, гарячого шоколаду тощо) з медом, варенням, лимоном, свіжоприготовлені фруктові та овочеві соки, свіжі фрукти (яблуко, апельсин, банан, сезонні фрукти чи ягоди) тощо. Замість звичайного молока може пропонуватися також соєве, мигдальне або інше рослинне молоко.

В меню *дієтичного* сніданку пропонують практично такі ж страви, але використовують інші методи кулінарної обробки, в т.ч. на парі. Додатково подають злакові пластівці із знежиреним молоком чи йогуртом. Із напоїв пропонується серед стандартного асортименту також знежирене гаряче (холодне) молоко.

Експрес-сніданок найчастіше використовується при організації харчування в *номерах готелю*. Склад цього меню: асортимент молочних і кисломолочних продуктів, асортимент свіжовипечених хлібобулочних виробів (круасани, ватрушки, булочки, різноманітні вироби з різними видами фаршу та без нього), фруктові страви та фрукти в асортименті, в тому числі і сезонні, гарячі напої в асортименті з різноманітними наповнювачами.

Як правило, готелі пропонують сніданок з 5.00 до 11.00 з проміжками у 30 хвилин. Так створюється 12 варіантів вибору часу.

Ранні за часом сніданки доцільно організовувати із застосуванням прискорених форм і комбінованих методів обслуговування. В закладах ресторанного господарства при готелі таким вимогам відповідає «***шведський стіл» («шведська лінія»)***. Ранні сніданки (до 7.00) можна подати (за бажанням мешканців) у номер готелю, здійснюючи послугу «***Room Service***» (обслуговування у кімнатах).

Іноді, у зв'язку із раннім виселенням з готелю чи виїздом на екскурсійні програми (про що потрібно повідомляти Reception напередодні), гостям пропонують сніданки у вигляді **сухого пайка** *(lunch box),* який формується як індивідуально, так і для групи споживачів. Його склад залежить від категорії готелю і може формуватися в різних варіаціях. Такий сніданок повинен бути підготовлений персоналом ресторану ще напередодні ввечері. Зазвичай представлений бутербродом (сендвічем, бургером та ін.), сезонними фруктами (яблуками, апельсинами), салатами

чи овочами, десертами, водою (0,5 л) чи пакетованим соковмісним напоєм (0,25 мл). Інші продукти додаються на розгляд адміністрації готелю.

Сніданок сухим пайком може бути принесений кожному гостеві окремо до номера, хоча він повинен зберігатися на столах або у спеціальному буфеті для сухих пайків.

Запропонувати сніданок можна і під відкритим небом. В такому випадку обслуговування гостей не відрізняється від звичайного, але поверхня столів не повинна бути білою, щоб не відбивалося сонце. Для цього їх накривають скатертинами пастельних тонів, а також передбачають спеціальні тенти від сонця. Багато закладів пропонують особливі види подачі сніданків, наприклад, у лісі чи на галявині після невеликої ранкової прогулянки (сніданки-пікніки).

11.5 Організація обслуговування в обідній час

До **прискорених форм обслуговування** споживачів, які проживають у готельних комплексах, належать: організація експрес-обідів за попередніми замовленнями, організація бізнес-ланчів, організація «шведських ліній» («буфетів»). Перші два види мають меню, які належать до групи скомплектованого харчування.

Експрес-обіди організовуються в окремих залах ресторанів, кафе або у вигляді експрес-столів у кафе. Час їх влаштування – 12.00-14.00 (13.00-15.00). Експрес-обіди реалізовують *за фіксованими цінами*. Їх меню складають, зазвичай, у 2-х варіантах, хоча деякі заклади пропонують один (з досить вузьким асортиментом страв без холодної закуски чи десерту тощо). Передбачені: холодна закуска, перша страва (1/2 порції), друга гаряча страва з гарніром, десерт, гарячий напій. Іноді з меню виключають десерт, а до гарячого напою подають невеликі кондитерські вироби.

У деяких ресторанах і кафе при готелях на період «обідньої перерви» діють ***меню «чергових страв».*** Інформація про наявність цієї послуги є при вході до закладу. Тривалість перебування споживачів у залі під час експрес-обіду складає 25-30 хв.

У закладах ресторанного господарства при готелях поширена також організація ***бізнес-ланчів*** *(business lunch),* що мають *специфічні риси*:

– термін організації харчування має фіксований час (між 12.00 і 16.00);

– час очікування замовлених страв – менше 5 хв;

– меню включає страви з риби, м'яса, птиці, овочів, сирів, крім делікатесних та ексклюзивних. Інколи застосовується вільний вибір за обмеженим меню з 10-15 страв;

– тривалість перебування гостей у залі під час бізнес-ланчу не лімітується, вартість меню – фіксована;

– вартість бізнес-ланчу істотно залежить від класу закладу ресторанного господарства;

– контингент споживачів – представники ділових кіл столиці чи інших міст країни, мешканці готельного комплексу.

Найпопулярнішою формою організації харчування в готелях в обідній час є застосування ***шведської лінії (буфетів)***. Основний стіл – закусочний («салат-буфет») – найдовший; на ньому розміщують холодні страви та закуски, представлені великим асортиментом салатів з різних видів сировини, викладених в багатопорційний посуд різноманітної конфігурації з наборами для їх перекладання. Всі страви виконуються з дотриманням сучасних вимог кулінарного дизайну.

Окремий стіл призначений для гарячих закусок і супів в асортименті з різноманітними гарнірами. Для підтримання певної температури гарячих страв на столі встановлюють марміти. Третій стіл сервірують для подавання гарячих напоїв чайним і кавовим посудом, дерев'яними лотками із чаєм в асортименті (чорний, зелений, ароматизований тощо) та кавою у пакетиках, вазочками з коричневим та білим цукром і ложечками для перекладання (або цукор у стіках); молоком, вершками в однопорційній розфасовці; тістечками в асортименті; паперовими серветками тощо.

До меню обіду включають 12-16 найменувань холодних закусок, 2-3 найменування супів, 4-6 других страв, соуси, десерт (желе, креми, компоти, фрукти), борошняні кондитерські вироби, гарячі напої, соки та фірмові напої.

Асортимент страв і кулінарних виробів змінюють по днях тижня та проводять тижні національної кухні (вітчизняної та кухонь мешканців готельного комплексу).

Для обслуговування «шведського столу» в ресторані створюють *бригади кухарів чи офіціантів*, кожен з яких виконує конкретну роботу: сервірує столи, отримує та поповнює асортимент страв і закусок під час сніданків, обідів, вечерь, готує гарячі страви, сервірує десертний стіл і поповнює його десертними стравами і гарячими напоями, прибирає використаний посуд тощо.

11.6 Надання послуг харчування в номерах готелю (Room service)

Room service (Обслуговування номерів) пропонує додатковий сервіс у вигляді індивідуального обслуговування гостей у номері. Сьогодні ця послуга популярна не лише в готелях високого рівня. Персонал служби Room service пропонує, насамперед, доставку в номер гостя страв і напоїв, які той замовив за спеціальним меню. Часто при організації даного підрозділу до його структури включають працівників, що обслуговують **мінібари**. У таких випадках у готелі з'являється ще одна додаткова послуга. Вона полягає в перевірці співробітниками служби мінібарів, розташованих у номерах, і в їх своєчасному поповненні.

Цільовою аудиторією служби Room service переважно виступають:

– ділові люди, які втомилися після робочого дня і не хочуть йти в ресторан;

– пари, які вирішили провести наодинці романтичний вечір;

– батьки з маленькими дітьми.

Room service – це ціла команда, до складу якої входить директор та адміністратори (менеджери), офіціанти, а часом і сомельє. Якщо готель невеликий і кількість замовлень відповідно незначна, то обслуговування в номерах здійснюють, як правило, співробітники ресторану (офіціанти, які на даний момент вільні на своїй основній роботі).

Керує службою Room service один із службовців готелю **(директор)**, який ***відповідає*** за:

– складання графіка роботи офіціантів, що надають послуги Room service;

– розподіл обсягу робіт;

– розробку меню Room service в готелі;

– формування звітів по продажах;

– взаємодію з маркетинговою службою готелю, що дозволить просувати пропоновану послугу;

– вирішення проблемних ситуацій, що виникають при функціонуванні служби.

Директор Room service повинен мати вищу освіту (бажано професійну), володіти англійською мовою досить добре, а другою іноземною мовою – на розмовному рівні, мати досвід роботи в громадському харчуванні, знати стандарти сервісу, дотримання яких необхідне при обслуговуванні гостей, а також володіти навичками діловодства.

Менеджер відповідає за прийом замовлень, що надходять у службу Room service, і координацію роботи з їх швидкого і якісного виконання. Серед основних ***обов'язків*** менеджера:

– *прийом замовлень*, що надійшли від гостей готелю, з наданням їм допомоги у виборі напоїв або страв. Крім цього, менеджер має обговорити з клієнтами час виконання їхнього прохання. Нормальна організація роботи Room service в готелі передбачає доставку сніданку по картці впродовж 15 хвилин, по дзвінку через 15-30 хв, тривалість очікування доставки обіду аналогічна, вечері – не більше 45 хвилин. При замовленні тільки одних напоїв час очікування – максимум 15 хв. При цьому варто мати на увазі, що подавати в номер їжу бажано на 5 хвилин раніше запланованого часу. Інакше клієнт їстиме за рахунок готелю;

– контроль правильності сервірування підносів і столів;

– перевірка формування замовлень по меню Room service;

– вирішення конфліктних ситуацій і проблем, що перебувають у сфері його компетенції.

До посади менеджера служби Room service висуваються такі вимоги: наявність вищої освіти (бажано професійної), знання англійської мови на розмовному рівні і другої іноземної мови, досвід роботи в громадському харчуванні не менше 2-х років, знання стандартів сервісу, що застосовуються при обслуговуванні гостей готелю. При цьому фахівець має бути ввічливим, комунікабельним і чуйним. У нього повинна бути чітка дикція.

Офіціант безпосередньо виконує побажання гостя з доставки напоїв і їжі в номер. Це та людина, яка особисто контактує з замовником. Основні ***обов'язки*** офіціанта:

– доставка замовлення гостям готелю в номер або салони краси, оздоровчі клуби тощо, розташовані на території готельного комплексу;

– підтримання порядку і чистоти в приміщенні служби;

– розрахунок гостя за надані послуги, якщо необхідна сума не буде оплачена клієнтом при виселенні;

– своєчасне прибирання брудного посуду (упродовж 10 хвилин, якщо про це надійшло прохання гостя по телефону).

До офіціантів служби Room service ставляться такі професійні вимоги: вища або середня професійна освіта, володіння англійською мовою на розмовному рівні, досвід роботи в ресторанному господарстві не менше 2-х років, а також знання основ стандартів сервісу та етикету при обслуговуванні клієнтів.

Супервайзер. Якщо у готелях є Room service і мінібари, то в штаті співробітників даної служби передбачена ця посада. До ***завдань*** супервайзера відносять:

– замовлення продукції зі складу;

– розподіл обсягу робіт;

– складання графіків роботи працівників мінібару;

– виконання звітів.

Співробітники мінібару відповідають за:

– перевірку мінібарів в номерах гостей та їх поповнення;

– занесення вартості спожитих напоїв і продуктів до рахунків гостей;

– блокування мінібару при заборгованості гостя;

– перевірку режиму роботи та технічного стану обладнання.

Співробітник мінібару повинен мати вищу або середню професійну освіту, знати англійську мову, основи етикету і техніку безпеки. У разі встановлення автоматичного обладнання ще однією вимогою до такого працівника є наявність досвіду використання АСУ готелю.

Якщо в готелі наявні мінібари, менеджер служби Room service також повинен замовляти необхідну продукцію на складі і формувати відповідні звіти.

Графік та особливості роботи. Як правило, для своїх працівників служба Room service передбачає чотири зміни: I – 6.30-14.30; II – 14.30-23.30; III – 16.30-01.30; IV – 20.30-8.30.

Меню. Технологія Room service передбачає врахування деяких специфічних ***факторів***:

– меню складається зі страв, пропонованих рестораном готелю, але в скороченому варіанті;

– при обслуговуванні номерів до уваги беруться страви, які найчастіше замовляє середній споживач;

– при складанні такого меню проводиться аналіз страв, які часто замовляють відвідувачі в ресторані.

Особлива увага приділяється створенню *меню сніданків*, які подаються до номерів готелю при попередньому замовленні. З цією метою розробляють 5-8 варіантів сніданків, які зазвичай використовуються у міжнародній практиці готельного бізнесу.

Останнім часом дедалі більше людей стають прихильниками здорового способу життя. Саме тому в деяких готелях організується доставка екологічно чистих продуктів. Служба Room service при цьому повинна включати в меню страви, що відповідають програмам здорового харчування.

Обладнання. Служба Room service розташовується в окремому приміщенні готелю, яке повинно знаходитися в безпосередній близькості від ліфта та торгового залу. У зв'язку зі специфікою роботи служби Room service, яка полягає у віддаленості клієнтів від кухні, виникає потреба у використанні спеціального інвентаря та обладнання, серед якого – сервісний ліфт (для швидкості виконання замовлення), сервірувальні підноси і візки, марміти, термоконтейнери, кришки Клоше, нагрівальні поверхні, елементи охолодження тощо. Весь посуд для Room service повинен бути презентабельним.

Прийом замовлень. Для доставки їжі в номер гості готелю повинні зробити попереднє замовлення будь-яким із зазначених ***способів***:

- *телефоном*, а також при натисканні спеціальної кнопки, встановленої для виклику офіціанта. Працівник служби має записати номер кімнати, кількість персон, найменування бажаних напоїв і страв, час прийому і подачі замовлення;
- *за допомогою інтерактивної телевізійної системи* (якщо вона є в готелі). Замовити їжу в номер гість може натиснувши кнопку пульта. У цьому випадку існує процедура підтвердження

клієнтом обраного меню, що дозволяє виключити помилку обслуговування;

- *при використанні картки-замовлення*. Подібний спосіб застосовується тільки для сніданків. Для доставки їжі Room service гість готелю отримує бланки карт-замовлень на адміністративній стійці під час своєї реєстрації. Згодом вони зберігаються в номері гостя. При бажанні скористатися цими послугами клієнт повинен взяти бланк і заповнити в ньому певні графи: час подачі сніданку, номер кімнати, прізвище клієнта, кількість персон, дату замовлення і поставити свій підпис. Картка замовлення вивішується на ручку дверей з боку коридору. Зробити це гість повинен до 3-ї години ночі. Для збору бланків співробітники служби Room service вночі або рано вранці обходять коридори готелю. Заповнені бланки передаються в секцію обслуговування, що відповідає за підготовку сніданків. Вранці працівники кухні формують страви відповідно до замовлень клієнтів.

Оплата. Послуга з надання їжі зранку може надаватися в рамках того сніданку, який включений у вартість номера. У деяких випадках доставка цих страв є додатковим сервісом і оплачується окремо. Ціна пропонованих страв, як правило, трохи вища (пересічно на 15%) за встановлені в ресторані чи кафе готелю.

Оплата доставленої в номер їжі може здійснюватися двома ***шляхами***:

- *офіціантові при поданні замовлення*. Для цього працівник служби Room service повинен мати підготовлений заздалегідь рахунок. Один його примірник офіціант вручає гостеві, а два інших забирає з собою, що дозволить йому скласти подальшу звітність;
- *у момент виселення гостя*. Нерідко гості просять внести суму за надані послуги до їхнього загального рахунку. У такому випадку офіціант надає всі три примірники документа, де записані доставлені в номер страви і їх вартість, на підпис клієнту. Після цього рахунок передається на рецепцію. Офіціант повинен простежити, щоб гість підписав його розбірливо. Потрібно також впевнитися, що на рахунку чітко зазначений номер кімнати, куди доставлялась їжа. Щодо підпису клієнта, то він ідентифікується шляхом порівняння з наявним зразком, занесеним до комп'ютерної системи готелю. При правильному оформленні рахунка ризик втрат при остаточному розрахунку зводиться до мінімуму.

Прибирання посуду. Зазвичай посуд забирається з кімнати під час його збирання. Хоча краще це робити тоді, коли зручно гостеві. Є ще один варіант, який передбачає виставлення підноса з брудним посудом у коридор. В цьому випадку працівники служби Room service повинні прибирати їх негайно.

Мінібари. Подібне обладнання є обов'язковим для готелів, рівень яких відповідає категорії 4 і 5 зірок. При цьому мінібари бувають трьох модифікацій:

- *традиційні*;
- *напівавтоматичні*, оснащені датчиками для відкриття дверцят з одночасним надходженням інформації на комп'ютер оператора;
- *автоматичні*, що дозволяють дізнатися споживання гостем того чи іншого продукту з одночасним включенням його вартості в рахунок. Таке обладнання здатне окупитися за 2-4 місяці.

Приблизний асортимент продукції в міні-барі може бути таким: солодкі газовані напої (місткість 0,33-0,5 л), мінеральна газована та негазована вода (0,33 л), сік (0,2 л), пиво (0,33-0,5 л), алкогольні напої в асортименті (0,05 л), чіпси (35 г), горішки (40 г), шоколад в асортименті (15-100 г). Але більше поширене включення до асортименту мінібару тільки напоїв у дрібній розфасовці. ***Зазвичай цей сервіс платний***. В теці з інформацією в кожному номері, знаходиться аркуш з вичерпною інформацією про асортимент бару, вартість і кількість напоїв і снеків.

Створення мобільних додатків і онлайн-сервісів. Запровадження в готелі послуги Room service не є достатньою умовою для використання її клієнтами. Для отримання прибутку кожен гість готелю повинен бути насамперед ознайомлений з організацією доставки їжі і напоїв в номер. В доковідний період випуск рекламних буклетів із описом меню ресторану був одним із варіантів реклами, то після 2020 р. на зміну друкованій продукції прийшли різноманітні мобільні додатки та сервіси, які мінімізують контакти і спрощують процес замовлення й оплати послуг.

Онлайн-меню дозволяє користувачеві відсканувати QR-код, відкрити список доступних до замовлення страв і напоїв, оформити замовлення й оплатити його. Йому не потрібно контактувати з офіціантом, просити рахунок, очікувати свою чергу та ін. Гість може знайти всю потрібну інформацію в своєму смартфоні,

в тому числі відгуки, перелік інгредієнтів, рекомендації. При цьому установка сторонніх додатків не потрібна.

Від ресторану потрібно тільки надрукувати і розмістити свої коди за столиками, у вітринах, на сайті або соціальних мережах.

11.7 Додаткові послуги закладів ресторанного господарства при готелі

Додаткові послуги в закладах ресторанного господарства при готелях можна поділити на декілька **груп**: розважальні (найпоширеніший формат), асортиментні і додаткові. Одним із найпопулярніших на сьогодні видів «*розважального*» *сервісу* є послуга **караоке**, яка вносить позитивну динаміку у відсоток відвідуваності і прибутковості закладу. Звісно, вона потребує додаткових капіталовкладень як на придбання системи караоке з відповідними аксесуарами до неї, так і на регулярне оновлення музичного контенту, оплату праці обслуговуючого персоналу. Окрім того, цей сервіс може наштовхнутися на несприйняття з боку гостей, які змушені через неправильне зонування залу слухати виступи клієнтів ресторану, що співають. Найкращий вихід із цієї ситуації – окремий «караоке-зал» із відповідною атмосферою.

До інших, досить поширених видів додаткових розважальних послуг, відносять:

– «живу музику» і проведення концертних чи інших розважальних програм у різних формах – «пасивному» для концерту чи «активному» (у форматі дискотеки) із продажем квитків чи платним входом. Якість музичного обслуговування залежить від професійного рівня музик і артистів, а репертуар – від концепції закладу (національна, класична, естрадна музика, джаз тощо). Для створення вишуканої атмосфери в залі може звучати музика у виконанні високопрофесійного піаніста, акордеоніста, скрипаля, гурту музикантів та співаків тощо;

– організацію і проведення різних спеціальних програм, наприклад майстер-класів чи інших аналогічних заходів;

– послуги спеціалізованої кімнати для дітей із аніматорами і вихователями (найчастіше для гостей закладу гостинності);

– наявність ігрових залів, наприклад з установкою одного чи кількох більярдних столів тощо.

Група *додаткових «асортиментних» сервісів* найчастіше представлена кількома популярним форматами: пропозицією «карти кальянів» і наявністю «міні-крамниць» (торгових точок із продажу продуктів і напоїв). Перший вид послуг потребує жорсткого дотримання законодавства і нормативів щодо приміщення, вентиляції, наявності ліцензії, чіткого розмежування гостей, особливо з дітьми.

До *третьої групи додаткових послуг* відносять великий перелік різноманітних сервісів. Досить часто сюди долучається рекламна та іміджева атрибутика закладу, країни, або місця розташування цього підприємства гостинності (кружки, сувенірна кераміка, футболки і кепки з логотипами чи символікою, магніти, листівки тощо).

До додаткових послуг служби ресторанного господарства відносять бронювання столиків у ресторані за бажанням гостей, організацію банкетів, обслуговування конференцій тощо.

Організація банкетів, балів, прийомів і презентацій – дуже поширена в ресторанах при готелях. Найбільш доцільним методом обслуговування таких заходів є використання «шведської лінії». На прохання замовників дизайнери можуть змінити інтер'єр залу відповідно до стилю та масштабу заходу.

У висококатегорійних готелях з нагоди свята (дня народження, ювілею) чи певної події (весілля, медовий місяць тощо) у житті гостя прийнято залишати компліменти в номерах у вигляді таці чи кошика з фруктами чи солодощами, пляшки вина чи ігристого, пропонувати святкову вечерю або торт. Для цього достатньо при бронюванні готелю зазначити необхідну інформацію.

Мета запровадження цих послуг – створення позитивного іміджу готельного підприємства в уяві майбутніх ймовірних споживачів; надання можливості гостеві приємно розпочати перебування в готелі і формування ефекту звикання саме до даного закладу гостинності, зміцнення позицій готельного комплексу в конкурентній боротьбі на ринку послуг загалом.

В нових сучасних готельних будівлях і після реконструкції діючих передбачаються просторі приміщення для організації зборів, нарад, конференцій, конгресів, з'їздів, виступів, переговорів, укладення угод. Всі вони обладнані необхідним устаткуванням

для демонстрації презентацій тощо і називаються конференц-залами. У діючих готельних комплексах частину банкетних залів переобладнують під конференц-зал, що спрямовано на задоволення бажання ділової еліти організовувати такі заходи.

Обслуговування в конференц-залах здійснюється тільки за бажанням учасників і організовується у фіксований термін часу, найчастіше під час перерви на каву-брейк («Coffee break»). Асортимент пропонованої продукції погоджується з організаторами заходу і зазвичай до нього включають: порційні каву, чай, цукор, вершки, молоко, мінеральну газовану і негазовану воду, сік, фрукти, тістечка в асортименті, в окремих випадках бутерброди-канапе з рибними та морепродуктами, сиром, шинкою, ковбасою тощо. Перерв на каву-брейк за бажанням організатора може бути декілька. Доцільно залучати бригади офіціантів, які спеціалізуються на обслуговуванні таких заходів. Інколи під час кави-брейк пропонують фітнес-заняття під певний музичний супровід, запрошуючи фахівця-тренера, який проводить 20-25-хвилинні заняття (можна окремо для жінок і чоловіків).

Останнім часом особливої популярності набули послуги **кейтерингу**. Вони поділяються на основні та додаткові. До *основних* належать: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів, барменів; до *додаткових*: організація культурного дозвілля й дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений бенкет, прибирання приміщення після банкету тощо.

Ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) виконує роль посередника або повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг. У першому випадку організатори кейтерингового обслуговування надають замовникам координати кількох музичних груп, ведучих вечорів, аніматорів, дизайнерів, флористів, фірм, які займаються прокатом теплоходів, весільних аксесуарів та ін. У другому випадку вони особисто можуть домовлятися про умови надання додаткових послуг та їх оплату, позбавивши замовника від зайвих турбот.

Залежно від виду заходів, фінансових можливостей замовника кейтерингова компанія може запропонувати широкий **асортимент послуг**:

– *корпоративні свята, ювілеї фірм:* фуршетне меню; встановлення звукового та світлового обладнання; організація шоу-програми; запрошення музичного гурту, артистів, ведучого; оформлення приміщення; організація обслуговування; спецефекти;

– *фуршети після семінарів, виставок, презентацій:* фуршетне меню; оформлення столів; організація обслуговування;

– *приватні свята:* банкетне меню; запрошення ведучого вечора; встановлення звукового та світлового обладнання; організація розважальної програми; оформлення приміщення; організація обслуговування; спецефекти;

– *весілля:* спеціальне весільне банкетне меню; відповідне оформлення приміщення; організація обслуговування; розробка індивідуального сценарію; послуги ведучого вечора та артистів; встановлення звукового та світлового обладнання для дискотеки; спеціальні ефекти та сюрпризи тощо.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які види закладів ресторанного господарства функціонують на підприємствах готельно-туристичного комплексу?

2. Охарактеризуйте функції працівників служби ресторанного господарства.

3. Які системи обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства існують у світовій практиці готельного бізнесу?

4. Дайте характеристику методів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при готелях.

5. Які види сніданків пропонуються споживачам у ресторанах готельних комплексів?

6. Що таке «бранч» і особливості його організації? Чим відрізняються і що спільного при організації ланчів, бізнес-ланчів, експрес-обідів?

7. Охарактеризуйте особливості обслуговування гостей готелів в обідній час.

8. Що таке «Room service» і як організовується обслуговування?

9. Охарактеризуйте функції персоналу, задіяного в «Room service».

10. Який зазвичай асортимент мінібару?

11. Охарактеризуйте етапи обслуговування споживачів у номерах готелю?

12. Назвіть і дайте характеристику додаткових послуг, що надаються службою ресторанного господарства при готелях.

Тести для самоперевірки

1. В чому полягає особливість задоволення попиту в ресторанних послугах при готелях для організованих туристів?

а) вони оплачують послуги харчування при купівлі туру;

б) їм пропонують більший асортимент страв і напоїв;

в) до основного раціону їм безкоштовно пропонують різноманітні фрукти, десерти, морозиво тощо;

г) прийоми їжі для них організовується в певний час, окремо від інших гостей.

2. Яка особливість роботи ресторанів при готелях?

а) обслуговують виключно мешканців даного готелю;

б) можуть обслуговувати як гостей готелю, так і широкі верстви населення міста, де розташований готель;

в) працюють тільки за системою «all inclusive»;

г) при організації харчування застосовують метод обслуговування «шведський стіл».

3. Який тип закладів ресторанного господарства найпоширеніший при готелі і забезпечує значно більше прибутку порівняно з іншими?

а) ресторан; б) кафе; в) бар; г) їдальня.

4. Який тип закладу харчування може функціонувати тільки в структурі курортного готелю (радянського типу)?

а) ресторан; б) бар; в) буфет; г) їдальня.

5. Хто відповідає за точне виконання замовлень шеф-кухаря і в разі відсутності останнього виконує його функції?

а) су-шеф; б) кухар станції; в) завідувач кухні; г) метрдотель.

6. Який працівник Front of House відповідає за комфорт відвідувачів у залі ресторану?

а) офіціант; б) бармен; в) метрдотель; г) сомельє.

7. Як називається експерт у галузі енології, посада якого передбачена у висококласних ресторанах?

а) офіціант; б) бармен; в) метрдотель; г) сомельє.

8. *Як називається система обслуговування, при якій послуги харчування не включені до готельного тарифу?*

а) європейський план; б) американський план;

в) континентальний план; г) французький план.

9. Який вид харчування передбачений при американському плані?

а) тільки сніданок; б) напівпансіон;

в) триразове харчування; г) без харчування.

10. За умов використання якого плану важливою є точна фіксація прибуття і вибуття гостей?

а) європейського; б) американського;
в) французького; г) континентального.

11. Який план передбачає надання послуг проживання із дворазовим харчуванням?

а) європейський; б) американський;
в) континентальний; г) модифікований американський.

12. За умов використання якого методу обслуговування в ресторані передбачений вільний вибір споживачами страв і напоїв з меню?

а) «a la carte»; б) «a part»; в) table d'hote; г) шведський стіл.

13. При використанні якого методу обслуговування в ресторані гості повинні завчасно зробити замовлення, а послуги харчування надаються у встановлений проміжок часу?

а) «a la carte»; б) «a part»; в) table d'hote; г) шведський стіл.

14. За умов використання якого методу обслуговування в ресторані всі споживачі обслуговуються за однаковим меню?

а) «a la carte»; б) «a part»; в) table d'hote; г) шведський стіл.

15. До меню якого виду сніданку додають бульйони, пюреподібні супи, супи-креми?

а) повного англійського; б) американського;
в) розширеного континентального; г) бранчу.

16. Яка форма організації харчування в закладах ресторанного господарства при готелях в обідній час на сьогодні найпопулярніша?

а) експрес-обіди; б) меню «чергових страв»;
в) бізнес-ланчі; г) шведський стіл.

17. Який підрозділ готелю відповідає за доставку в номер гостя страв і напоїв?

а) Room service; б) служба надання додаткових послуг;
в) служба харчування; г) барного обслуговування.

18. Яка тривалість очікування сніданку, замовленого по картці?

а) впродовж 15 хвилин; б) не більше 25 хвилин;
в) 15-30 хвилин; г) не більше 45 хвилин.

19. Якої умови доставки їжі в номер потрібно дотримуватися, щоб клієнт не скористався цією послугою безкоштовно?

а) дотримання температури подачі страв і напоїв;
б) подавати їжу бажано на 5 хвилин раніше запланованого часу;
в) подавати їжу і напої потрібно чітко в межах запланованого часу;
г) треба правильно сервірувати замовлені страви і напої.

20. Хто відповідає за занесення вартості спожитих напоїв і продуктів з міні-бару до рахунків гостей?

а) Room service; б) співробітники мінібару;
в) супервайзер; г) менеджер підрозділу.

21. Якими способами може скористатися гість при попередньому замовленні доставки їжі в номер?

а) особисто в ресторані; б) з допомогою онлайн-сервісів;
в) телефоном; г) за допомогою картки-замовлення.

22. Які групи додаткових послуг надаються в закладах ресторанного господарства при готелях?

а) розважальні, асортиментні, додаткові;
б) музичні, анімаційні, банкетні;
в) ігрові, танцювальні, додаткові;
г) культурні, розважальні, танцювальні.

23. Яка невеличка послуга сприяє створенню позитивного іміджу готелю та надає можливість гостеві приємно розпочати перебування в ньому?

а) «комплімент» у номері; б) привітання на Reception;
в) піднесення валіз до номера; г) сніданок в номері.

24. Як називається обслуговування учасників у конференц-залах під час проведення різних заходів?

а) кава-брейк; б) бранч; в) бізнес-ланч.

25. Які послуги кейтерингу НЕ відносять до основних?

а) приготування і доставку продукції ресторанного господарства;
б) послуги офіціантів і барменів;
в) організацію культурного дозвілля;
г) прибирання приміщення після банкету.

ТЕМА 12. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ СЛУЖБИ

12.1 Основні функції інженерно-технічної служби готелю.
12.2 Структура інженерно-технічної служби.
12.3 Технічне обслуговування закладів розміщення.
12.4 Системи безпеки для готелів.

12.1 Основні функції інженерно-технічної служби готелю

Для забезпечення у постійному режимі задоволення культурно-побутових потреб гостей і персоналу підприємств розміщення у готелях передбачене складне інженерно-технічне облад-

нання, яке охоплює систему водопостачання, центральне теплопостачання, електромережу, каналізацію, протипожежну систему, вентиляцію, телефон, телевізійне, радіоустаткування, автоматичні системи охорони та ін. (див. тему 7). У готельній будівлі розташовані різні технічні приміщення з устаткуванням, яке забезпечує роботу персоналу служби. Експлуатацію інженерного обладнання здійснюють відповідно до технічної документації і технічного паспорту споруди, плану кожного поверху, системи опалення, каналізації, водопроводу, електроосвітлення, паспорта ліфта тощо.

До **основних функцій** інженерно-технічної служби готелю відносять:

– інженерно-технічне обслуговування номерного і допоміжного фонду готелю;

– ресурсопостачання (теплопостачання, електропостачання, водопостачання і водовідведення);

– благоустрій прилеглої до готелю території (озеленення, санітарне очищення й утилізація відходів);

– побутове обслуговування (банно-пральне господарство).

Основним **завданням** інженерно-технічної служби готелю є безперебійне функціонування систем життєзабезпечення закладів розміщення.

Інженерно-технічна служба покликана забезпечити:

– надійне та ефективне функціонування номерного і підсобного фонду готелю, об'єктів зовнішнього благоустрою, озеленення та інших об'єктів готелю;

– оперативний контроль за технічним станом та експлуатацією готелю, підготовкою його до роботи;

– участь у розробці генерального плану розвитку готелю у своїй сфері діяльності, планів реконструкції й утримання готелю;

– безперебійну роботу всіх технічних пристроїв і споруд готелю, перерахованих вище;

– визначення потреби в коштах на фінансування робіт з інженерно-технічного забезпечення готелю;

– взаємодію з державними органами з питань, що належать до компетенції даної служби.

До **функцій** цієї служби також входить регулярне обстеження санітарного і технічного стану готелю, прилеглої території, об'єктів комунального призначення і зовнішнього благоустрою, що обслуговуються інженерно-технічною службою (відповідно до затвердженого графіка), оцінка якості виконання проведених службою робіт і надання послуг, складання за результатами обстеження і перевірок актів.

Інженерно-технічна служба відповідає за збереженість об'єктів, що обслуговуються, наданих службових приміщень та іншого майна.

Служба розробляє та впроваджує ресурсозберігаючі технології, обладнання, що дозволяє значно зменшити загальний обсяг споживання ресурсів, насамперед енергоресурсів, води та ін. Сучасні готельні підприємства управляють інженерно-технічними системами через використання автоматизованих систем, що забезпечують взаємопов'язану роботу всіх служб і систем готелю.

Основними цілями інженерно-технічної служби готелю є:

– забезпечення умов проживання, що відповідають високим стандартам якості;

– зниження витрат готелю і, відповідно, тарифів за умови дотримання стандартів якості наданих послуг.

Основними способами досягнення цих цілей є вдосконалення інженерно-технічної служби і санітарно-технічного обладнання готелю.

Інженерно-технічна служба готелю **повинна**:

– мати перелік всіх об'єктів, що обслуговуються нею;

– мати дані про прилеглі до готелю території;

– мати акти технічного стану готелю і прилеглої території;

– мати інформацію про перелік, періодичність і обсяги робіт з утримання і ремонту готельного фонду, граничні терміни виконання заявок готельних служб;

– мати графік (періодичність) проведення обстежень якості утримання і ремонту об'єктів готельного фонду;

– складати річний кошторис і калькуляцію собівартості робіт з утримання і ремонту об'єктів готельного фонду;

– проводити огляд технічного і санітарного стану об'єктів готельного фонду, санітарно-технічного та іншого обладнання;

– виконувати необхідні ремонтні роботи, а також ліквідовувати аварії;

– взаємодіяти з представниками органів державного нагляду і контролю, пожежної охорони;

– здійснювати під час опалювального сезону опалення номерного фонду.

Розвиток інженерно-технічної служби в діяльності готелю відповідно до вимог сучасності повинен бути одним із найважливіших стратегічних завдань сьогодення, оскільки пов'язаний із вирішенням комплексу питань ремонтно-технічного обслуговування, модернізації і реконструкції обладнання готелю.

Фахівці служби повинні мати успішний досвід розробки регламентуючої, конструкторської, ремонтної і технологічної документації, що дозволить істотно підсилити інженерно-технічний супровід робіт, виконуваних ремонтною службою готелю, а також освоїти нові напрямки з розробки керівної технічної, конструкторської і технологічної документації для проведення ремонту нових видів обладнання готелю.

Фахівці з комп'ютерного забезпечення мають розробляти програмне забезпечення або здійснювати нагляд за встановленою придбаною інформаційною системою автоматизації процесу управління готелем, яка дозволяє надати в режимі реального часу інформацію, необхідну для будь-якої служби готелю, а також автоматизувати робочі місця фахівців різних служб готелю. Застосування такого програмного продукту підвищує продуктивність праці у декілька разів.

12.2 Структура інженерно-технічної служби

Обслуговування готелів здійснюється штатними працівниками інженерно-технічної служби, до складу яких входять слюсарі, механіки ліфтів, електромонтери, столяри, маляри та робітники інших спеціальностей, залежно від видів інженерного обладнання або шляхом залученням сторонніх спеціалізованих організацій на договірних засадах.

Інженерно-технічну службу очолює головний інженер, якому підпорядковані заступник, інженер-програміст, майстри. У функ-

ціональній структурі служби працює два **відділи** – чергова технічна служба та ремонтна служба. У системі зв'язків з управління головний інженер підпорядкований генеральному директорові, у великих готелях – заступнику генерального директора, технічному директорові.

Головний інженер відповідає за роботу технічного персоналу та контролює результати його роботи, зокрема:

– розподіляє щоденні замовлення, які надходять від служб і персоналу готелю на виконання робіт;

– складає графіки проведення профілактичних і ремонтних робіт;

– відповідає за використання систем опалення, водопостачання, засобів зв'язку тощо;

– контролює дотримання працівниками правил охорони праці й техніки безпеки;

– реєструє дані, готує місячний звіт з роботи служби для керівників готелю;

– контролює ефективне використання необхідних у технологічному процесі ресурсів;

– інструктує працівників стосовно безпеки в разі виникнення пожежі, виходу газу й інших непередбачуваних технологічних процесів;

– складає бюджет служби, контролює його виконання і витрати;

– забезпечує навчання та практичну підготовку інженерно-технічного персоналу;

– спільно з директором готелю або менеджером кадрової служби вирішує проблему кадрового забезпечення служби;

– розробляє плани поточного та перспективного технічного переобладнання закладу розміщення;

– контролює раціональне використання енергоресурсів, їхню економію.

Для виконання своїх професійних обов'язків головний інженер повинен досконало **знати**: теоретичні основи функціонування інженерно-технічних систем у готелях; основи техніки безпеки у роботі з інженерно-технічними системами; основи організації та технології готельних послуг; основи управління; систему

статистичної звітності й діловодство; основи складання бюджету організації.

З огляду на це, діяльність головного інженера пов'язана з необхідністю мати вищу професійну освіту в сфері інженерних наук, досвід управління, високі вольові й організаційні характеристики.

Заступник головного інженера координує, контролює роботу персоналу служби, допомагає головному інженерові у виконанні його обов'язків згідно з функціонуванням служби, зокрема:

– складає розклад чергування й організовує позмінну роботу технічного персоналу;

– контролює трудову дисципліну персоналу служби;

– обліковує вихід персоналу на роботу і складає платіжну відомість;

– навчає персонал;

– розподіляє виробничі завдання і контролює їхнє виконання;

– контролює стан і безпеку функціонування основних інженерно-технічних систем, використання комунальних послуг з метою економії витрат.

Старший електрик забезпечує:

– безперебійну роботу енергетичного, сантехнічного обладнання, електричних і теплових мереж, повітропроводів, водопроводу та каналізації відповідно до технічної інструкції;

– нагляд за технічним обслуговуванням електроустаткування й електричних мереж;

– відповідальність за дотримання протипожежних норм безпеки.

Електромонтер повинен:

– забезпечувати безперебійне функціонування електрообладнання в готелі;

– усувати аварії електроосвітлення та відновлювати функції світлових і силових точок;

– відновлювати роботу внутрішньої електропроводки, вимикачів, телевізійних установок, освітлювальної арматури, люстр, електричних ламп;

– ремонтувати електронагрівальне обладнання;

– інформувати головного інженера про необхідність здійснення ремонтних робіт або змін в електросистемі;

– вивчати заходи протипожежної безпеки.

Ліфтер спостерігає за роботою ліфта, вживає необхідних заходів у аварійних ситуаціях, підтримує в чистоті і порядку внутрішню частину кабіни і поверхових майданчиків перед ліфтом на всіх поверхах.

Слюсар-сантехнік контролює справність санітарно-технічного обладнання, систем водозабезпечення і подачу гарячої води, системи опалення, каналізації, побутових приладів, здійснює профілактичний ремонт санітарно-технічного обладнання.

Столяр забезпечує справність столярного обладнання – дверей, вікон, дерев'яного покриття підлоги, ремонтує, замінює дверні замки та ін.

Ландшафтний дизайнер розробляє за кресленнями і ескізами планування і художнє оформлення газонів, клумб; готує посадковий матеріал; займається посадкою саджанців, дерев, чагарників, квіткових рослин; підстригає газони, квітники, формує крони дерев і чагарників; проводить профілактичний догляд рослин в інтер'єрі; несе відповідальність за збереженість і належний стан зелених насаджень.

12.3 Технічне обслуговування закладів розміщення

Контроль за технічним станом конструкцій та інженерного обладнання готелів здійснюється при проведенні планових загальних, часткових і позачергових **оглядів**, під час яких виявляються несправності, з'ясовуються причини їх виникнення, перевіряється обсяг і якість виконання робіт з поточного ремонту та обслуговування.

Загальні огляди проводяться двічі на рік (навесні і восени), до їх завдань відносять обстеження конструкцій будівлі, інженерного обладнання, оздоблення та елементів зовнішнього благоустрою. Завданням *весняного огляду* є перевірка стану приміщень, конструкцій, устаткування будівлі, благоустрою прилеглої території та готовності їх до експлуатації впродовж наступного року. При огляді з'ясовуються обсяги робіт з поточного ремонту, визначаються несправності та пошкодження, усунення яких потребує капітального ремонту. За даними весняного огляду і виявлених

недоліків в зимовий період формується перелік заходів, необхідних для підготовки будівлі та інженерного обладнання до експлуатації наступної зими.

Осінній огляд готелю проводиться до початку опалювального сезону для перевірки готовності кожної будівлі та інженерного обладнання до зими зі складанням відповідного акту. При проведенні осіннього огляду уточнюються обсяги робіт поточного ремонту на планований рік.

Частковий огляд передбачає обстеження окремих елементів будівлі та інженерного обладнання, усунення виявлених дрібних несправностей, обов'язкове налаштування й регулювання приладів й устаткування. Періодичність часткових оглядів і норми витрат праці на їх проведення визначаються робочою інструкцією (планом-графіком).

Позачергові огляди конструкцій та обладнання проводяться для усунення пошкоджень після злив, сильних вітрів, снігопадів, повеней тощо.

Будівлі і прилеглі території оглядаються в такому **порядку**:

– прилегла до готелю територія та елементи благоустрою;

– фундаменти і підвальні приміщення, в т. ч. котельні;

– зовнішні стіни, елементи фасадів, балкони, лоджії, карнизи і водовідвідні пристрої (крім оглядів з землі, фасади та їх архітектурні елементи обстежуються з балконів, лоджій і з боку приміщень);

– дах, горищні приміщення, утеплювач горищних перекриттів, а також комунікації та пристрої, розташовані в їхніх межах;

– приміщення (поверховий огляд проводиться від верхнього поверху до підвального, при цьому встановлюється стан: перекриттів і підлоги, особливо в санвузлах номерів і загальних санвузлах, вікон, дверей, стін, перегородок, сходів);

– інженерне обладнання готелю.

В разі виявлення несправностей, комісія встановлює причину виникнення дефектів і пропонує заходи щодо їх усунення. Результати огляду заносять до спеціального журналу із зазначенням несправностей будівельних конструкцій, обробки й обладнання. Заповнюється журнал безпосередньо під час огляду та відразу після закінчення техобслуговування або ремонту.

Для обліку заявок щодо усунення дрібних несправностей або виконання термінових аварійних робіт повинен вестися журнал заявок (покоївками, черговими по поверхах) на кожному поверсі, а за наявності технічних служб або підрозділів – безпосередньо в них. Цей журнал має бути доступний для запису впродовж усього робочого часу. Заявки повинні виконуватися в день їх надходження. В готелях із диспетчерським пультом, який контролює роботу систем інженерного обладнання, заявки на техобслуговування чи непередбачуваний поточний ремонт передають безпосередньо черговому диспетчеру, який веде журнал заявок.

Для належного технічного стану виробничих фондів готелю передбачено різні **види ремонтних робіт**.

*До **планового і поточного ремонтів*** належать роботи з вибіркового ремонту, фарбування покрівель, заміни відсутніх частин і фарбування водостічних труб, часткового ремонту підлог, вікон і дверей, очищення від забруднень і часткового фарбування стін і стель основних і допоміжних приміщень, заміни арматури санітарно-технічного обладнання тощо.

Капітальний ремонт поділяють на *комплексний* (передбачає одночасне відновлення всіх зношених конструкцій та обладнання) і *вибірковий* (замінюються окремі зношені конструкції, обладнання або їх частини і усуваються дефекти, виявлені в процесі експлуатації). План капітального ремонту складається на наступний рік (не пізніше 1 червня поточного року).

За кожним працівником служби закріплюються окремі обсяги робіт. У графіку вказуються перелік, терміни виконання, відповідальний виконавець робіт і відмітка про виконання робіт.

Усі несправності, виявлені працівниками готелю або при чергових оглядах, ліквідація яких не термінова, усувають при поточному профілактичному ремонті. Невідкладні роботи з поточного ремонту повинні виконуватися негайно.

Чергові працівники інженерно-технічної служби на робочому місці повинні мати схеми комунікацій (водогону, каналізації, електрообладнання тощо), телефони аварійних служб, а також телефони водогоно-каналізаційних, теплопостачальних і електропостачальних організацій. Кожен випадок аварії в готелі повинен аналізуватися керівництвом готелю.

В готелі має бути запас аварійних матеріалів, деталей та обладнання для забезпечення швидкої ліквідації аварій.

12.4 Системи безпеки для готелів

Сучасна ефективна система управління безпекою готелю дозволяє істотно підвищити репутацію готелю, залучити нових постояльців і, як наслідок, підняти статус готелю.

У системі охорони та безпеки готелів особливу увагу доцільно приділяти компетентності персоналу служби безпеки, а також технічним засобам охорони (якісним IP-камерам відеоспостереження, електронним замкам, системам контролю доступу до різних приміщень тощо).

На сьогодні співробітники служб безпеки можуть виконувати щоденні непередбачувані завдання і розв'язувати проблеми в роботі готелів за допомогою сучасної техніки – відеокамер, металодетекторів, засобів для перевірки багажу та ін. Системи IP-відеоспостереження забезпечують надійний нагляд і архівування відео та звуку, швидкий і зручний доступ до архіву та пошук інформації в ньому. Нові досягнення в IP-відеоспостереженні дозволяють здійснювати автоматичну інтелектуальну обробку відеоданих (наприклад, розпізнавання осіб, виявлення залишених речей, відстеження номерних знаків автомобілів тощо).

До системи безпеки готелів **відносять**:

– службу охорони (персонал);
– систему відеоспостереження;
– систему контролю доступу (електронні замки в номерах);
– охоронну сигналізацію;
– пожежну систему;
– системи паркування;
– систему безпечних приміщень і сейфів.

Для функціонування комплексної системи безпеки готелю працівники служби охорони **повинні**:

– поліпшувати свою роботу,
– навчатися оперативному реагуванню,
– встановити взаємовідносини з державними органами охорони порядку, пожежної безпеки, а також силових відомств.

Через існуючий постійний потік людей у готелях вважається, що найважливішою складовою систем безпеки є управління контролем доступу (розширена система замків для входів/виходів), де використовують:

– механічні замки з ключами, перфокартами, майстер-системою ключових циліндрів;

– кодові механічні або електромеханічні замки;

– електронні замки з магнітними, смарт або проксіміті-картами, або ключі Touch Memory.

Більшість сучасних готелів використовують виключно електронні замки в номерах – вони дуже зручні і прості в обслуговуванні. До того ж їх масове поширення спричинило їх застосування не тільки в дорогих готелях, а й у звичайних готелях.

Електронні замки легко інтегруються в автоматизовані системи управління безпекою готелю, яка може спостерігати за станом кожного номера, фіксувати кількість разів і час відкривання пристроїв.

Багато готелів обмежуються сейфами і камерами зберігання як інструментом безпеки, але в сучасних умовах цього замало. Повна безпека готелю неможлива без системи технічних засобів, без обладнання для спостереження і моніторингу. Система безпеки для готелів повинна виконувати такі **завдання**:

– охорона постояльців, відвідувачів та їхнього особистого майна;

– захист майна готелю від руйнівних дій (крадіжок, псування, вандалізму);

– забезпечення належного обслуговування відвідувачів, а також чесності персоналу;

– захист території та забезпечення спокою;

– підтримання громадського порядку та нормальної поведінки у всіх громадських місцях готелів;

– забезпечення постояльцям конфіденційності під час їх перебування на території готелю;

– забезпечення наявності служб ефективного реагування у випадку будь-якої події, як за рахунок персоналу, так і сторонніх відомств (наприклад, поліції, швидкої допомоги).

Пріоритетний напрям забезпечення безпеки у готелях – **охоронне відеоспостереження**, яке є обов'язковим у центральному холі готелю, а також на кожному поверсі в коридорах. Саме ця система дозволяє позбутися зайвої таємничості і постійної демонстрації охорони зі зброєю, адже в такому випадку на пульті охорони виконується моніторинг всього, що відбувається на об'єкті. Саме охоронне відеоспостереження дозволяє готелям зберігати статус «відкритого або рідного дому».

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні функції працівників інженерно-технічної служби готелю.

2. Якою інформацією повинні володіти працівники інженерно-технічної служби?

3. Перелічіть основних штатних працівників інженерно-технічного підрозділу. Назвіть посадові обов'язки, які виконує головний інженер. Які фахові знання необхідні для виконання цих обов'язків?

4. За які види робіт відповідають старший електрик, електромонтер, ліфтер, слюсар-сантехнік, столяр і ландшафтний дизайнер?

5. Охарактеризуйте процедуру здійснення контролю за технічним станом конструкцій та інженерного обладнання готелів.

6. Що входить до обсягу загального, часткового і позачергового оглядів готелю?

7. Дайте характеристику різних видів ремонтних робіт, що передбачені у готелі.

8. Опишіть складові системи безпеки та її завдання в готелях.

Тести для самоперевірки

1. Яка з перелічених функцій НЕ стосується інженерно-технічної служби?

а) інженерно-технічне обслуговування номерного і допоміжного фонду готелю;

б) ресурсопостачання (теплопостачання, електропостачання, водопостачання і водовідведення);

в) благоустрій прилеглої до готелю території (озеленення, санітарне очищення й утилізація відходів);

г) побутове обслуговування (банно-пральне господарство);

д) надання послуг хімчистки і прасування одягу гостей.

2. Яке основне завдання покликана виконувати інженерно-технічна служба готелю?

а) безперебійне функціонування систем життєзабезпечення закладів розміщення;

б) цілодобове надання послуг розміщення і харчування;

в) надання широкого асортименту додаткових послуг, включаючи безкоштовні басейни різного типу;

г) цілорічний нагляд за прилеглою до готелю території.

3. Які заходи дозволяють зменшити загальний обсяг споживання ресурсів у готелях?

а) економія енергоресурсів, води тощо;

б) прохання до гостей економно використовувати ці види ресурсів;

в) впровадження ресурсозберігаючих технологій;

г) застосування автоматизованих систем управління готелем.

4. Які основні цілі виконує інженерно-технічна служба готелю?*

а) забезпечення умов проживання, що відповідають високим стандартам;

б) цілодобове надання послуг розміщення і харчування;

в) надання широкого асортименту додаткових послуг, включаючи безкоштовні басейни різного типу;

г) зниження витрат готелю (тарифів) за умов дотримання стандартів якості наданих послуг;

д) безперебійне функціонування систем життєзабезпечення закладів розміщення.

5. Від чого залежить перелік працівників інженерно-технічної служби у готелях?

а) від видів наявного інженерно-технічного обладнання;

б) від існуючих стандартів;

в) від місця розташування готелю;

г) від ступеня автоматизації процесу обслуговування в готелі.

6. Які відділи виокремлюють у функціональній структурі інженерно-технічної служби?*

а) чергову технічну службу; б) сантехнічну службу;

в) ремонтну службу; г) опалювальну службу;

д) службу слюсарну; е) енергетичну службу.

7. До чиїх обов'язків відносять контроль за раціональним використанням енергоресурсів та їхньої економії?

а) заступника головного інженера; б) головного інженера;

в) старшого електрика; г) електромонтера.

8. До чиїх обов'язків відносять нагляд за технічним обслуговуванням електроустаткування й електричних мереж?

а) заступника головного інженера; б) головного інженера;

в) старшого електрика; г) електромонтера.

9. Який працівник інженерно-технічної служби відповідає за відновлення роботи електропроводки, вимикачів, телевізійних установок, люстр тощо?

а) заступник головного інженера; б) головний інженер;

в) старший електрик; г) електромонтер.

10. Хто з працівників інженерно-технічної служби контролює справність санітарно-технічного обладнання, систем водозабезпечення і подачу гарячої води, опалення тощо?

а) старший сантехнік; б) столяр;
в) слюсар-сантехнік; г) електромонтера.

11. Які види оглядів передбачені для здійснення контролю за технічним станом конструкцій та інженерного обладнання?

а) загальний, частковий і позачерговий;
б) первинний, поточний, щоденний;
в) оглядовий, частковий і ретельний;
г) щорічний, щоквартальний і щотижневий.

12. З якою частотою проводяться загальні огляди інженерно-технічного обладнання і конструкцій?

а) раз на рік; б) двічі на рік; в) щомісяця; г) щотижня.

13. Який огляд готелю передбачає перевірку стану приміщень, конструкцій, устаткування будівлі та ін. та готовності їх до експлуатації впродовж наступного року?

а) весняний; б) передноворічний; в) літній; г) осінній.

14. Під час якого огляду передбачене обстеження окремих елементів будівлі та інженерного обладнання, усунення виявлених дрібних несправностей, налаштування і регулювання приладів і устаткування?

а) під час часткового; б) під час загального;
в) під час зимового; г) під час позачергового.

15. Який вид огляду проводять для усунення пошкоджень після злив, сильних вітрів, снігопадів, повеней тощо?

а) позачерговий огляд; б) аварійний огляд;
в) екстрений огляд; г) черговий огляд.

16. Які види ремонтних робіт передбачені для дотримання належного технічного стану готелю?

а) плановий, поточний, капітальний;
б) оглядовий, екстрений, капітальний;
в) звичайний, аварійний, ретельний;
г) щорічний, щомісячний і щоденний.

17. Які види робіт передбачені при комплексному капітальному ремонті?

а) одночасне відновлення зношених конструкцій і обладнання;
б) заміну окремих зношених конструкцій та усунення дефектів;
в) фарбування покрівель, водостічних труб, ремонт підлоги, вікон і дверей;
г) заміну арматури санітарно-технічного обладнання.

18. Що НЕ належить до системи безпеки готелів?
а) служба охорони;
б) система відеоспостереження;
в) система контролю доступу;
г) охоронна сигналізація;
д) пожежна система;
е) система паркування;
є) система безпечних приміщень і сейфів;
ж) система «a la carte».

19. Що таке «система контролю доступу»?
а) сигналізація; б) металодетектори;
в) електронні замки у дверях; г) служба охорони.

20. Де в готелях обов'язково передбачені системи відеоспостереження?
а) у центральному холі; б) на кожному поверсі;
в) в залі ресторану; г) в номерах.

ТЕМА 13. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ АДМІНІСТРАТИВНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ СЛУЖБИ

13.1 Функції керівної ланки адміністративно-управлінської служби готелів.

13.2 Обов'язки працівників структурних підрозділів адміністративно-управлінської служби готелів.

13.3 Автоматизовані системи управління сучасним готелем.

13.1 Функції керівної ланки адміністративно-управлінської служби готелів

Управління всіма структурними підрозділами готельного підприємства забезпечує **адміністративно-управлінська служба**, що приймає загальні рішення стосовно:

– вирішення питань фінансового і кадрового забезпечення,
– модернізації підприємства,
– корпоративних зв'язків,
– визначення напрямів діяльності тощо.

Попри те, що керівники усіх підрозділів у готелях виконують управлінські функції, їхня діяльність має певні **відмінності**.

Власник підприємства гостинності і **генеральний директор** представляють вищу ланку управління, приймаючи загальні рішення стратегічного характеру:

– управляють всією господарською діяльністю готельного

підприємства;

– відповідають за затвердження бюджету готелю;

– визначають стратегічні напрями діяльності, спрямовані на певний сегмент туристичного ринку;

– запроваджують і дотримуються єдиної політики організації праці та ін. функцій (експлуатації, збуту, норм і правил з охорони праці, підвищення кваліфікації кадрів, стандартів якості тощо);

– періодично перевіряють і оцінюють технічний стан готельного підприємства;

– користуються всіма видами банківських послуг (в т.ч. і кредитами), відкривають і розпоряджаються рахунками, підписують чеки на отримання готівки тощо;

– мають право позову та відповіді на суді, а також репрезентують готель у всіх адміністративних установах;

– підписують угоди, зобов'язання, доручення;

– приймають рішення щодо системи тарифів, розрахунків із клієнтами.

Власником готелю може бути як приватна особа, так і ціла корпорація. У готелях акціонерних товариствах генерального директора обирають загальними зборами акціонерів. Правління готелю формують керівники провідних структурних підрозділів, а їхні обов'язки випливають із функцій служб і відділів, якими вони керують.

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.

Оперативне управління готелем здійснюється ***управляючим*** (***директором***), який може бути як із числа власників, так і найманою 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.

У великих готельних підприємствах зі складним технологічним процесом виникає потреба в постійному контролі адміністрації, тому існує посада **виконавчого директора**, що управляє

готелем за відсутності власника або генерального директора.

До управлінської структури великих готельних комплексів входять 5-6 директорів готельних служб (департаментів), підпорядкованих генеральному директорові. Серед них: директори з розміщення, маркетингу, сектору розважальних послуг, ресторану, фінансовий і технічний директори. Вони належать до середньої ланки управління і забезпечують реалізацію політики готельного комплексу, розробленої вищим керівництвом, відповідають за доведення конкретних завдань до підрозділів і відділів, а також за їхнє виконання. Зазвичай, вони мають широке коло обов'язків і велику свободу щодо прийняття рішень.

Директор з розміщення відповідає за роботу менеджерів служби бронювання, прийому й розміщення, обслуговування номерів, менеджера з обслуговування. До його обов'язків відносять:

– забезпечення належного рівня обслуговування й утримання приміщень відповідно до категорії готелю;

– вживання необхідних заходів, спрямованих на максимальне збільшення доходів від використання номерів;

– контроль за витратами підпорядкованих служб на виробничі потреби;

– відповідальність за зовнішній вигляд і особисту гігієну всього обслуговуючого персоналу відповідно до стандартів;

– періодичну перевірку стану номерів готелю, коридорів, холів та інших приміщень, які використовують гості, з метою дотримання належного стану згідно з виробничими вимогами;

– здійснення щоквартальної інвентаризації і складання замовлень на необхідні матеріали і ресурси;

– миттєву реакцію на скарги гостей стосовно функціонування підпорядкованих служб, локалізацію конфліктних ситуацій із гостями та серед персоналу;

– контроль за впровадженням і програмою підвищення кваліфікації в контрольованих службах;

– управління черговими денної та нічної зміни, щоденний аналіз звітної документації.

Директору з розміщення безпосередньо підпорядковані менеджери основних готельних служб (бронювання, обслуговування, прийому і розрахункової частини, експлуатації номерного фонду).

Директор (управляючий) ресторану повинен бути як гарним наставником для свого персоналу, так і зразком у всіх виробничих питаннях. На своєму робочому місці керуючий повинен:

– проводити роботу з персоналом, займатися набором та розподіляти обов'язки;

– контролювати фінансову діяльність підприємства, аналізуючи продажі і витрати ресторану;

– вирішувати питання з державними службами;

– відповідати за забезпечення закладу необхідним обладнанням і устаткуванням;

– підтримувати зв'язки з постачальниками;

– формувати цінову політику, меню, винну карту.

Від уміння керівника виконувати перераховані вище функції залежить фінансовий стан підприємства.

Фінансовому директору підпорядковуються головний бухгалтер, менеджер господарської служби тощо. Його обов'язками є:

– розробка на довготривалий період фінансової стратегії готельного підприємства;

– створення організаційних структур, які забезпечують прийняття та реалізацію управлінських рішень у різних напрямах фінансової діяльності готельного підприємства;

– аналіз різних аспектів фінансової діяльності готелю з поглибленим вивченням окремих фінансових операцій і фінансових результатів діяльності філіалів та відокремлених підрозділів готелю, узагальненням результатів діяльності готелю загалом і в розрізі окремих напрямів;

– планування фінансової і комерційної діяльності готелю різними структурними підрозділами;

– ефективний контроль за реалізацією прийнятих управлінських рішень.

Технічний директор очолює інженерно-технічну службу. 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.

Директор з маркетингу управляє відділом конгресового обслуговування, відділом реклами. Основні функції, які він виконує, охоплюють:

– аналіз стану ринку готельних послуг;

– пошук можливостей виходу на нові ринки, відпрацювання каналів просування готельних послуг;

– оцінку потенціалу основних ринкових сегментів;

– дослідження споживчого попиту з метою виявлення найперспективніших готельних послуг;

– отримання, обробку та систематизацію інформації про клієнтів;

– формування бази даних про клієнтів за демографічними даними, характеристиками соціального стану, географічною ознакою;

– аналіз діяльності готелю та його основних конкурентів відповідно до рівня середньорічного, сезонного заповнення, середніх цін, якості послуг;

– роботу зі створення та підтримки електронного сайту, реклами й засобів бронювання;

– планування маркетингової діяльності, складання рекламних програм.

Кількість структурних підрозділів і чисельність персоналу залежать від величини закладу розміщення та його категорії. У невеликих готелях, як правило, на одну керівну особу покладається більшість функцій та обов'язків.

13.2 Обов'язки працівників структурних підрозділів адміністративно-управлінської служби готелів

На ***відділ кадрів*** покладається виконання таких функцій: набір, навчання, оцінка 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; заробітної плати та інших винагород; підготовки та перепідготовки, які тісно пов'язані між собою та з іншими департаментами готельного комплексу. Працівники відділу кадрів відбирають фахівців, проводять співбесіду, але оста-

точне рішення про прийняття на роботу залишається за керівником конкретного підрозділу.

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; дотримання фінансової і договірної дисципліни; своєчасність складання звітів, балансів і рахунків, прибутків і збитків; дотримання принципів ціноутворення і правильності складання тарифів; виконує роботу з обліку, введення в експлуатацію і списання матеріальних цінностей, обліку коштів у встановленому порядку; аналізує фінансово-господарські плани й кошториси за встановленими формами; 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 готель-

ного 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; оплати за кредитними картками; внесення до рахунків клієнтів оплати за покупки, здійснені впродовж дня; перевірку талонів, що дають право на надання знижок; підбиття 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.

13.3 Автоматизовані системи управління сучасним готелем

Сучасний готель, незалежно від його типу, передбачає наявність не тільки комфортабельних номерів та професійного персоналу, але і якісної програми для готелів, завдяки якій можна істотно знизити витрати і поліпшити якість роботи готельного підприємства.

Система управління готелем (Property Management System (PMS) – платформа, яка дозволяє автоматизувати процеси обслуговування клієнтів та управління роботою готелю. Дані програми зазвичай дозволяють здійснювати бронювання через інтернет з будь-якої точки світу.

Сьогодні на ринку готельних послуг є безліч продуктів програмного забезпечення для закладів розміщення і харчування від різних виробників, більшість з яких – закордонні (американські «OPERA», «Amadeus», «Fidelio», «Epitome», російські «Інтеротель», «Edelweiss», «Servio», «R-Keeper», «InStyle», «HOTEL-2.3», «KEI Hotel», «UCS Shelter», «Галактика», «Парус», тощо), хоча й створені українські аналогічні розробки для управління готелями («ProHotel», «SuperHotel», «B52» та ін.).

Більшість існуючих програмних продуктів мають подібну історію: найчастіше фірма-розробник отримувала замовлення на

автоматизацію певного готелю, після чого виходила із програмною розробкою на ринок. Окрім спеціалізованих готельних програм, існують і рішення на базі продукту «1С: Підприємство».

Специфічні особливості вітчизняних HMS і систем, локалізованих для українського ринку, – спільні для пострадянського простору загалом: по-перше, HMS повинна забезпечувати ведення звітності відповідно до національного законодавства, що реалізовується завдяки інтеграції з бухгалтерською системою (де-факто стандартом виступають програми сімейства «1С»), по-друге, система повинна дозволяти поселення гостей не тільки за номерами (як у західних готелях), але й за ліжко-місцями. Гість повинен мати можливість сплатити за послуги проживання або при виїзді, або при заселенні.

За відгуками фахівців, західні системи надають співробітникам готелю значну свободу при прийнятті рішень. За українських реалій така довірливість не завжди виправдовує себе, тому вітчизняні програми створюються так, щоб максимально обмежити свободу дій персоналу.

Щодо основних характеристик – готельні системи мало різняться між собою: всі вони вміють керувати номерним фондом, розподіляти завдання між покоївками, обмінюватися даними з електронними замками і АТС тощо. Відмінності проявляються на рівні особливостей реалізації тих чи інших функцій, інтерфейсів та додаткових можливостей.

При виборі системи готелярі зважають на низку чинників: надійність продукту, якість роботи компанії-інсталятора і рівень післяпроєктного супроводу, інтерфейси і гнучкість розширення, цінову політику. Дорогі визнані бренди гарантують якість функціонування і різноманіття можливостей, проте для внесення певних змін чи доповнень потрібно звертатися до закордонних розробників, тоді як із місцевими компаніями таких проблем немає. Але не весь програмний продукт досконалий, іноді доводиться вносити зміни і коригувати програмне забезпечення під конкретного замовника.

Amadeus PMS – комплексна система автоматизації готелю, яка охоплює модулі управління готелем, продажів і маркетингу та конференцій і банкетів. Amadeus PMS підходить для готелів будь-якого типу та розміру, його можна пристосувати під різні

потреби. Він інтегрований з продуктами Microsoft Office.

Fidelio V8 – це нова система управління готелями компанії HRS. Система не має аналогів на ринку. Fidelio V8 може виконувати різноманітні завдання від продажу, бронювання, прийому й розміщення гостей, організації конференцій і банкетів, управління взаємовідносинами з клієнтами до надання даних для фінансового контролю та управлінського обліку діяльності бізнесу.

Libra Hospitality – постачальник рішень автоматизації для індустрії гостинності. Вони мають великий досвід впровадження передових IT-рішень на всіх типах готельних об'єктів – великих і малих, незалежних і мережевих.

Logus HMS є сучасним інструментом управління. При його розробці враховувалися міжнародні технології функціонування готелів та особливості бізнес-процесів оздоровчих центрів, пансіонатів, баз відпочинку та хостелів. Logus HMS була однією з перших систем управління, яка була інтегрована з продуктами TravelLine у 2014 році з урахуванням ефективності та затребуваності даних рішень.

Mews Commander – це хмарний PMS, розроблений для мобільних пристроїв. Він має вбудовану систему реєстрації/виїзду та розширені функції контролю каналів збуту. PMS ідеально підходить для західноєвропейських готелів від 10 до 700 номерів. У 2015 році Mews Commander був інтегрований з TravelLine: Channel Manager.

OPERA Enterprise від Micros-Fidelio Corporation, на відміну від традиційних готельних систем, на даний момент є найбільш повномасштабним рішенням для управління. Він призначений як для незалежних готелів, так і для готельних мереж; як для невеликих готелів з обмеженим набором послуг, так і для розкішних 5-зіркових готелів.

ProHotel – професійна система управління готелем, курортом або конференц-центром, яка гнучко адаптується до роботи будь-якого житлового приміщення за допомогою додаткових модулів.

SmartHOTEL обслуговує понад 1500 готелів по всьому світу, надаючи управління каналами та індивідуальні рішення для онлайн-розповсюдження.

Software Answers є лідером програмного забезпечення для корпоративного житла та квартир з обслуговуванням з 1995 року,

компанія взяла на себе зобов'язання бути найповнішою та ефективною системою управління нерухомістю. Зараз Software Answers співпрацює з сотнями компаній у десяти країнах, які довіряють її програмному забезпеченню та послугам.

TrioSoft займається автоматизацією робочих процесів, обліком, менеджментом та аналітикою в готельній індустрії. Систему розробила українська компанія. Побудований на модульній основі, він підходить як для малих приватних готелів, так і для великих готельних мереж.

B52®Готель – система комплексної автоматизації готелів, готельних, санаторних комплексів, пансіонатів, будинків відпочинку, що працює спільно з B52®Ресторан. Вона дозволяє ефективно управляти підприємством гостинності будь-якого розміру (від мініготелів до великих готельних комплексів). Єдиному оперативному управлінню підпорядковані номерний фонд, ресторани, бари, спортивний центр, більярдний зал (за наявності) та інші додаткові сервіси.

Професійна і сучасна система керування готелем **Shelter** автоматизує об'єкти розміщення будь-якого формату: готель, пансіонат, санаторій, базу відпочинку, хостел. Програма Shelter дозволяє оптимізувати процеси бронювання, поселення, виселення, роботу з рахунками гостей. Відділ продажів, маркетинг, бухгалтерія та фінансова служба, служба портьє, господарська та банкетна служби – система автоматизацій об'єднує роботу всіх цих підрозділів в єдиний інформаційний простір, робить бізнес прозорим і контрольованим.

1С: Управління готелем – програма для автоматизації готелю забезпечує оперативне управління, має різноманітні інструменти для аналізу даних, дозволяє вести єдину базу обліку, ефективно координує роботу всіх підрозділів готелю, а також об'єднує в одній базі облік по мережі готелів.

Система управління готелем Epitome PMS для платформи Microsoft® Windows – це новітнє покоління систем автоматизації компанії Hotel Information Systems, проста у використанні і володіє необхідною гнучкістю для застосування в управлінні готелями будь-якого типу, категорії і розміру.

Epitome PMS побудована за модульним принципом, що дозволяє готелям купувати і налаштовувати систему відповідно до

своїх потреб. Залежно від набору модулів система успішно функціонує як у невеликих готелях, так і в великих готельних комплексах і ланцюгах. Модулі системи розроблені в єдиному технічному та технологічному стилі і мають загальний функціональний інструментарій та взаємозв'язок.

Готельна система Edelweiss / Medallion призначена для комплексної автоматизації всіх робочих місць готелю: служби портьє, комерційного (договірного) відділу, відділу бронювання, покоївок, сервіс-бюро, бізнес-центру, бухгалтерії проживання, телефонної служби готелю.

Едельвейс оптимально підходить для будь-яких організацій в сфері гостинності, до яких можна віднести готелі, готелі, будинки відпочинку, пансіонати і санаторії.

Комплексна система управління і контролю (автоматизації) готелів та їх мереж **«HOTEL-2.3»** має базову конфігурацію і розширення. *Базова* складається з мінімального, проте достатнього для нормальної роботи готелю набору модулів і сервісів, які дозволяють виконувати всі звичайні функції служб готельного комплексу: бронювання номерів, розміщення гостей, грошові розрахунки з гостями за проживання і додаткові послуги, прибирання номерів тощо. *Розширення* HOTEL-2.3 складаються з додаткових модулів і сервісів, які дозволяють підвищити функціональні можливості системи з метою більш повної автоматизації роботи готельного комплексу і поліпшення управління, контролю й обліку різних бізнес-процесів, в т.ч. рух фінансових засобів, використання номерного фонду, телефонної станції тощо. Системою передбачені різні мовні середовища звітності та багатовалютність.

Система автоматизації готелю **KEI-Hotel** – це програмно-апаратний комплекс нового покоління, сукупність найсучасніших технологій, безсумнівною перевагою якої є інтерактивний інтерфейс, що визначає легкість в навчанні користувачів і експлуатації проєкту в цілому.

В інформаційній системі готелю система KEI-Hotel є центральною ланкою, куди стікається інформація з інших підсистем – телефонної, ресторанної, платного телебачення, безпеки та ін. Дані системи зберігаються під управлінням промислової СУБД SyBase, що гарантує їх збереження навіть при аварійних ситуа-

ціях. Особливістю програми є гнучкість налаштувань і застосовність до умов готелів будь-яких типів і розмірів.

PMS-система **SERVIO HMS** – програмний інструмент, який дозволяє здійснювати ефективну автоматизацію підприємств готельного бізнесу, а також перетворити структуру всіх підрозділів готелю в єдину інформаційну мережу. Модуль SERVIO HMS з інтуїтивно зрозумілим web-інтерфейсом може бути встановлений на локальному сервері підприємства або знаходиться в «хмарі» на віддаленому сервері.

SERVIO HMS оснащена зручною шахматкою, що дозволяє не тільки швидко перевірити інформацію про вільні і зайняті номери, майбутні заїзди або виїзди, а й виконати низку оперативних дій (експрес-бронювання номера, швидке переселення гостя в інший номер, скасувати бронь тощо).

В програму вбудований інструмент, який автоматично при бронюванні вибирає той номер із зазначеної категорії, який був завантажений найменше, тим самим забезпечуючи рівномірний знос номерного фонду готелю. При необхідності адміністратор може змінити номер на будь-який інший з вільних (наприклад, якщо гість хоче жити в конкретному номері).

Програма SERVIO HMS оснащена спеціальною функцією, за допомогою якої можна встановлювати обмеження на продаж номерів (всіх або однієї категорії) в конкретний період для певних каналів продажів. Другим важливим інструментом є установка квот для кожного з них, що дозволяє розподілити номерний фонд по всіх каналах продажів, які використовує готель. Установка квот захищає від овербукінга.

У PMS-системі для готелів SERVIO HMS можна зберігати всю базу клієнтів із зазначенням детальної інформації про гостя і його вподобання для надання максимального сервісу.

Всі завдання на прибирання номерів автоматично формуються в SERVIO HMS відповідно до статусу номера, на підставі періодичності прибирань або встановлені вручну.

Готельне підприємство є сукупністю функціональних підрозділів, тому автоматизована система управління готелем складається з таких модулів:

– База даних на сервері;
– Модуль портьє (номерного фонду);

– Модуль ресторану;
– Адміністративний модуль;
– Модуль бухгалтерії;
– Додаткові функціональні модулі.

Автоматизовані робочі місця, об'єднані локальною комп'ютерною мережею, забезпечують комплексне управління всіма відділами і службами готелю.

Ядром системи автоматизації готелю виступає Модуль портьє, який виконує такі функції:

– подача запиту з інформацією про бронювання (ім'я та координати гостя, терміни і параметри бронювання);
– пошук номера, який задовольняє запити гостя;
– приїзд гостя, його ідентифікація при реєстрації;
– контроль обслуговування гостя під час його перебування в готелі (прибирання, доставка преси, сніданків тощо);
– інформація про оплату проживання та послуг, якими скористався клієнт (баланс рахунку гостя);
– попередження про закінчення терміну проживання, процедура виселення і розрахунку або продовження терміну проживання.

Отже, сучасні автоматизовані системи управління, що об'єднують в єдиний цикл усі життєво важливі елементи готельного бізнесу, покликані мінімізувати втрати прибутку на всіх етапах, ефективно контролювати роботу персоналу, підвищувати якість обслуговування.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні функції, які виконує адміністративно-управлінська служба.

2. Назвіть обов'язки представників вищої ланки управління підприємствами гостинності.

3. Хто здійснює оперативне управління готелем? Що відноситься до функцій даної посадової особи?

4. Дайте характеристику посадових обов'язків директора з розміщення.

5. Назвіть функції, які повинен виконувати директор ресторану.

6. Дайте коротку характеристику обов'язків керівників інших структурних підрозділів (фінансового, технічного директора, директора з маркетингу).

7. Які структурні підрозділи виділяють в адміністративно-управлінській службі? Від чого залежить їхня кількість та обов'язки?

8. Охарактеризуйте функції відділу кадрів, охорони праці та учбово-тренінгового центру.

9. Назвіть функції бухгалтерії, планово-комерційного відділу та аудиторської служби.

10. Перелічіть сучасні системи автоматизованого управління готелями, які використовуються на ринку готельних послуг. Назвіть українські програмні продукти у сфері гостинності.

11. Охарактеризуйте особливості PMS-системи SERVIO HMS. Назвіть її особливості.

12. З яких модулів складається автоматизована система управління готелем? Назвіть функції, які виконує Модуль портьє.

Тести для самоперевірки

1. Яка служба забезпечує управління всіма структурними підрозділами готельного підприємства?

а) кадрова; б) фінансова;
в) адміністративна; г) адміністративно-управлінська;
д) управлінська; е) господарська.

2. Хто із працівників готелю представляє вищу ланку управління?*

а) власник; б) генеральний директор;
в) управляючий; г) виконавчий директор;
д) директор з розміщення; е) фінансовий директор.

3. До чиїх обов'язків відносять управління всією господарською діяльністю готелю, відповідальність за затвердження бюджету, визначення стратегічних напрямів діяльності, право позову та відповіді в суді, прийняття рішень стосовно тарифів тощо?*

а) власника; б) генерального директора;
в) управляючого; г) виконавчого директора;
д) директора з розміщення; е) фінансового директора.

4. Ким здійснюється оперативне управління готелем?

а) власником; б) генеральним директором;
в) управляючим; г) виконавчим директором;
д) директором з розміщення; е) фінансовим директором.

5. Хто із працівників готелю управляє готелем за відсутності власника чи генерального директора?

а) управляючий; б) виконавчий директор;
в) директор з розміщення; г) фінансовий директор.

6. До чиїх обов'язків відносять забезпечення належного рівня обслуговування й утримання приміщень залежно від категорії готелю, відповідальність за зовнішній вигляд персоналу, перевірку стану номерного фонду та інших приміщень загального користування тощо?

а) власника; б) генерального директора;
в) управляючого; г) виконавчого директора;
д) директора з розміщення; е) фінансового директора.

7. Хто із працівників готелю займається розробкою фінансової стратегії готелю, плануванням фінансової і комерційної діяльності, контролем за реалізацією прийнятих управлінських рішень та ін.?

а) власник; б) генеральний директор;
в) управляючий; г) виконавчий директор;
д) директор з розміщення; е) фінансовий директор.

8. Чиїми обов'язками є пошук можливостей виходу на нові ринки, аналіз ринку готельних послуг, формування бази даних про клієнтів тощо?

а) фінансового директора; б) директора з маркетингу;
в) управляючого; г) виконавчого директора;
д) директора з розміщення; е) технічного директора.

9. Який підрозділ готелю веде особисті справи усіх працівників?

а) відділ кадрів; б) відділ охорони праці;
в) бухгалтерія; г) планово-комерційний відділ;
д) аудиторська служба; е) фінансова служба.

10. Функціями якого підрозділу є інструктаж з техніки безпеки?

а) відділу кадрів; б) відділу охорони праці;
в) бухгалтерії; г) планово-комерційного відділу;
д) технічної служби; е) фінансової служби.

11. Який підрозділ готелю займається створенням здорової, креативної і доброзичливої атмосфери у готельному підприємстві?

а) відділ кадрів; б) відділ охорони праці;
в) бухгалтерія; г) учбово-тренінговий центр;
д) аудиторська служба; е) фінансова служба.

12. Яка служба перевіряє правильність ведення бухгалтерської документації і складає денний звіт щодо діяльності готельного підприємства?

а) відділ кадрів; б) відділ охорони праці;
в) бухгалтерія; г) планово-комерційний відділ;
д) аудиторська служба; е) фінансова служба.

13. Хто з працівників готельного підприємства перевіряє правильність складання рахунків, оплати за кредитними картками, підбиває результати усіх фінансових операцій тощо?

а) нічний аудитор; б) працівник відділу охорони праці;
в) старший бухгалтер; г) працівник комерційного відділу.

14. Які системи управління готелями є українським продуктом?*

а) Amadeus; б) Epitome; в) OPERA; г) Edelweiss;
д) Servio; е) R-Keeper; є) ProHotel;
ж) SuperHotel; з) B52; і) Парус.

15. Який модуль системи автоматизації готелю виступає ядром, незалежно від PMS, що використовується в конкретному випадку?

а) Модуль портьє; б) Адміністративний модуль;
в) Модуль бухгалтерії; г) База даних на сервері.

ТЕМА 14. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ

14.1 Додаткові послуги в готелях.
14.2 Організація побутового обслуговування.
14.3 Анімаційні послуги в структурі готельного продукту.
14.3.1 Сутність анімаційних послуг та їх різновиди.
14.3.2 Функції працівників анімаційної служби.
14.3.3 Матеріально-технічне забезпечення анімаційних програм.
14.4 Послуги оренди транспортних засобів.
14.5 Екскурсійне обслуговування і послуги «зустрічі-проводи».

14.1 Додаткові послуги в готелях

Для приваблення клієнтів у готелях часто надають **додаткові послуги**, платні і безплатні. Це можуть бути розважальні, побутові, для сімей, бізнес чи VIP-послуги, в т.ч. у вигляді пакетів. Додаткові види послуг здатні заповнити сезони низького попиту, збільшити дохід і поліпшити імідж.

Найбільш розповсюджені такі **додаткові послуги**:

- ремонт одягу та взуття, прання й хімчистка;
- перукарські послуги;
- користування сауною, банею, басейном;
- користування більярдною, спортзалом, майданчиками;
- продаж друкованої продукції, сувенірів;
- доставка квітів і подарунків;
- користування камерою зберігання чи сейфом;
- прокат різноманітного інвентаря, побутових приладів;
- прокат автомобілів;
- виклик таксі;
- продаж квитків на транспортні чи розважальні послуги;

– замовлення місць в ресторанах міста;
– організація екскурсій;
– замовлення послуг перекладачів, гідів;
– оренда конференц-залу чи інших приміщень.

Остаточний перелік послуг, які надаються в готелі, визначає керівництво, враховуючи розмір об'єкта, місце розташування, цільову аудиторію та конкурентну ситуацію.

Звичайно, послуги готельного комплексу чи послуги мініготелю – це два абсолютно різних переліки. Середні й великі об'єкти мають більші можливості та бюджет. Вони здатні пропонувати своїм клієнтам більш значні й об'ємні послуги готельного сервісу, не втрачаючи рентабельності. Невеликі об'єкти гостинності не можуть організувати повне побутове обслуговування гостей і надавати їм всі основні, додаткові й супутні послуги. Проте будь-який заклад розміщення має визначити свою власну цільову аудиторію, її ключові потреби і запити, і прагнути до максимального їх задоволення. Перелік і якість додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєної категорії.

В особливих випадках бувають не тільки основні й додаткові послуги в готелі, але ще й **індивідуальні**. Як правило, це стосується готелів високої категорії, де зупиняються VIP-персони, і їх проживання важливе для іміджу й розвитку бізнесу. Зокрема, індивідуальні готельні послуги можуть включати персонального менеджера, можливість відхилення від стандартних процедур або невеличкі подарунки на згадку з логотипом.

Основні й додаткові послуги, які надаються в сучасних закладах гостинності, є прямими джерелами доходу для даного бізнесу. Проте не за будь-який сервіс можна й треба брати оплату. Обов'язкові основні **безкоштовні послуги** в готелях, закріплені на законодавчому рівні:

– пробудження до визначеного часу;
– доставка в номер особистої кореспонденції при її отриманні на адресу готелю;
– виклик швидкої допомоги (за потреби);
– використання медичної аптечки;
– надання одного комплекту посуду, а також окропу, ножиць, голок з нитками.

Крім цього, залежно від конкурентного середовища, рентабельності, сезонності та інших чинників, власник може пропонувати й інші безплатні послуги в готелях на свій розсуд.

Але якщо надавати лише обов'язковий перелік безкоштовних послуг, то рейтинг готелю падатиме. Чим вища конкуренція, тим важливіше передбачати потреби постояльців і покращувати готельний сервіс із врахуванням нових віянь. Наприклад, якщо раніше за користування інтернетом брали оплату, то тепер це сприймається як звична безплатна послуга, і готелі без такої можливості залишаться поза увагою клієнтів. Також не рекомендується брати оплату за надання інформації про транспорт, міські заходи, місця розташування потрібних об'єктів тощо. Для підвищення рентабельності готелю (за рахунок підвищення його завантаження) необхідно додавати нові безплатні послуги!

Найбільш розповсюджені **платні послуги** в готелях:

– проживання в номері;
– харчування;
– ремонт одягу та взуття, хімчистка;
– розважальні та відновлювальні послуги;
– продаж сувенірної та друкованої продукції;
– обмін валют;
– оренда різноманітних приміщень.

Надання послуг у готелі на платній основі підкоряється визначеним стандартам, зокрема, найважливіші такі **правила**:

1. Не тільки задовольняти попит, але й випереджати його. Це означає, що клієнтові для вибору варто пропонувати весь спектр послуг.

2. Не можна нав'язувати послуги, в т. ч. надавати деякі з них лише за умови придбання інших.

Надання основних і додаткових послуг в готелі часто пропонують у вигляді **пакетів**: визначеного переліку за фіксовану плату. Вдало продумані пакети здатні привабити клієнтів своєю зручністю та простотою, а також знизити витрати підприємства. Різноманітні види платних і безплатних послуг, які надаються готелем, групуються за принципом найбільшої затребуваності визначеними групами гостей або у визначені періоди. Найпопулярніші пакети вихідного дня, святкові, для молодят, для сімей з дітьми, а також тематичні.

Надання готельних послуг також може залежати від **сезонних коливань**. Надавати повний перелік в будь-яку пору року може бути невигідно, але в періоди високого або особливого попиту можна включати спеціальні платні послуги в готелях, задіявши додатковий персонал і обладнання.

14.2 Організація побутового обслуговування

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, які можуть виникнути під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від категорії закладу розміщення. Не всі готелі мають можливість організовувати побутове обслуговування гостей і надавати їм повний перелік послуг. Але в готелі необхідно прагнути до того, щоб набір послуг максимально відповідав запитам гостей.

Структурні підрозділи, що надають побутові послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи персоналу повинні бути зручними для гостей.

До складу **послуг з побутового обслуговування** відносять:

1) *термінове прання і хімчистку, ремонт і прасування особистих речей* (у номері в папці з рекламою повинні бути бланки замовлень на прання і чищення одягу і інформація про те, як скористатися ними). Таку послугу надають у готелях, де є пральня. У закладах розміщення низької категорії гість може взяти праску напрокат і самостійно випрасувати свої речі в номері або в спеціальній кімнаті, де є прасувальна дошка;

2) *терміновий ремонт і чищення взуття*. У багатьох готелях передбачені майстерні з ремонту взуття. У холах висококласних готелів стоять апарати для чищення взуття. У кожному номері наявні щітки для чищення взуття й одягу;

3) *збереження речей і цінностей* (камера схову і сейфи в номерах і в адміністратора);

4) *розвантаження, завантаження і доставку багажу в номер* (оплачуються чайовими – у готелях організовується черговість посильних для отримання однакових чайових);

5) *прокат предметів культурно-побутового призначення* (телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо);

6) *дрібний ремонт* годинників, валіз, електроприладів, кіно-, фотоапаратури; фотопослуги;

7) *послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів* можуть надаватися й у номерах, але мають націнку.

8) *доставку харчування в номер*.

Зазвичай в кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо гість просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували.

14.3 Анімаційні послуги в структурі готельного продукту

14.3.1 Сутність анімаційних послуг та їх різновиди

Послуги гостинності сьогодні не обмежуються наданням висококласного розміщення і харчування, організація дозвілля гостей на курортах – одне з найважливіших завдань фахівців цієї сфери. Зазвичай основною метою приїзду на курорт 50-70% гостей є відпочинок. Проте цей відсоток залежить від призначення, місця розташування і категорії готелю: дещо вищий – для приморських курортів і нижчий для вузькоспеціалізованих, невеликих чи низькокатегорійних закладів розміщення.

Організація дозвілля рекреантів – нелегке завдання, пов'язане з наявністю вільного часу у гостей готелів під час перебування на курорті. У XXI ст. ця складова готельного продукту зазнала значних змін, що зумовлено зростанням освітнього й культурного рівня населення; впровадженням нових технологій в індустрії розваг; зміною структури використання вільного часу; активізацією гастрольної і концертної діяльності професіоналів театру, кіно й шоу-бізнесу.

Готельна анімація виступає своєрідною і дуже дієвою формою реклами, повторного залучення клієнтів і їхніх знайомих, а отже, підвищує ефективність, доходність і рентабельність підприємства гостинності. Кінцевою метою анімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У процесі споживання анімаційних послуг сучасним споживачем керують такі **потреби**:

– пізнавальні;

– в оздоровленні організму й зміцненні його функціональних можливостей;

– в гармонізації психоемоційного стану на відпочинку;

– в творчій самореалізації;

– в якісній організації дозвілля дітей (за умови спільної подорожі з дітьми).

Анімаційні послуги – послуги суб'єкта туристської діяльності, аналогічні до послуг з розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів. Вона дає змогу залучити гостя до активних дій завдяки особистому контакту аніматора з туристом, який виникає відповідно до заздалегідь розробленої програми. Гість обирає найбільш прийнятні для себе і своєї родини заходи, від яких він одержує максимальне задоволення і позитивні емоції.

Тип і вид анімаційних заходів повинен відповідати потребам і можливостям туристів (див. табл. 14.1).

Таблиця 14.1

Відповідність типу і видів анімаційних заходів потребам і можливостям туристів

Тип заходу	Параметр	Види відпочинку
Санаторно-оздоровчий	стан здоров'я туриста	спеціальні оздоровчі програми в ігровій формі; прогулянки по тренкурах
Природно-рекреаційний	місцезнаходження турист обирає сам	пікнік на природі з елементами активного відпочинку; спілкування з домашніми і екзотичними тваринами; спостереження за дикими тваринами; фелінотерапія (контакт з кішками) тощо
Спортивно-видовищний	захоплення туриста	заняття спортом; спостереження за спортивними змаганнями, спортивними танцями
Культурно-розвиваючий	бажання пізнати навколишній світ через твори мистецтва	історичний, культурний і музейний туризм (ознайомлення з творами мистецтва, з історичними пам'ятками, відвідування міжнародних кінофестивалів, театрально-видовищних заходів тощо); кінотуризм; анімація міських пам'ятників і скульптур

Видовищно-розважальний	прагнення відволіктися від повсякденності	подієвий туризм (карнавали, фестивалі, шоу)

Вибір конкретних **форм анімаційно-дозвіллєвої діяльності** (див. рис. 14.1), залежить від категорії та розмірів готелю, призначення, місця розташування, контингенту гостей, можливостей матеріально-технічної бази готелю, рівня професійної підготовки аніматорів. Найтрадиційнішими формами організації дозвілля є спортивно-масова робота, екскурсійна робота, покази кінофільмів, проведення вечорів відпочинку.

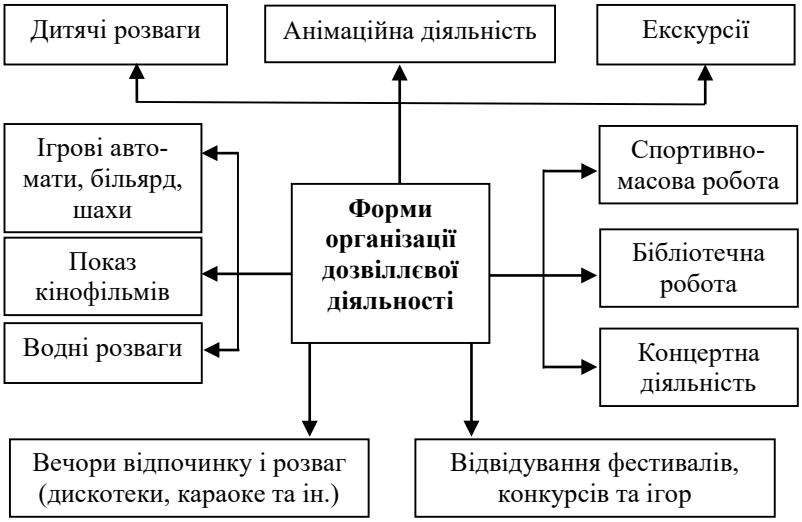


Рис. 14.1. Форми організації анімаційно-дозвіллєвої діяльності

Попри те, що анімаційна база кожного готелю має свої особливості, усі послуги анімаційного типу можна структурувати так (табл. 14.2).

Таблиця 14.2

Анімаційні послуги на зарубіжних курортах

Стандартні	Додаткові	Ексклюзивні
Дитяче місто, ігрові автомати	Прокат велосипедів, роликів, скутерів	Скеледром
Дитяча кімната	Тенісні корти	Пейнтбол-клуб
Басейн, водні шоу та ігри	Стрільба з лука чи арбалета	Ролердром
Волейбольний майданчик	Баскетбольний майданчик	Батут
Пляж	Парк	Комп'ютерний клуб
Дискозона/танцмайданчик	Дайв-центр (снорклінг)	Автодром
Гримерна і місце діджея	Пневматичний тир	Армрестлінг-клуб
Спорткомплекс	Клубна пісня-гімн	Мініаквапарк

Для максимального задоволення потреб гостей різних національностей, статі, віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних тощо) у готелях створюють щоденну розважальну програму (див. табл. 14.3), структура якої залежить від кількості і контингенту відпочивальників, розташування готелю, персоналу, графіків харчування, екскурсій та ін. Під **анімаційною програмою** розуміють об'єднаний загальною метою або задумом план проведення туристських, фізкультурно-оздоровчих та культурно-масових, пізнавальних і аматорських занять. Вони повинні змінюватися упродовж усього сезону за змістом, інтенсивністю, часом проведення тощо.

Таблиця 14.3. *Орієнтовний перелік анімаційних послуг у готелях Туреччини*

Назва анімаційних заходів	Набір готельних анімаційних послуг
Культурно-розважальна програма	– жива музика; – курси вивчення турецької мови; – караоке; – концерти; – шоу-програми; – конкурси, змагання; – вікторини; – лотереї з цінними призами тощо.

Спортивно-оздоровчі заходи (Sport activities)	– ранкова гімнастика; – футбол; – слизький футбол; – волейбол; – баскетбол; – мінігольф; – великий теніс; – настільний теніс; – йога; – пілатес; – зумба-фітнес; – аква-аеробіка; – водне поло; – дартс тощо.
Спортивні конкурси	– рухливі ігри у басейні; – рухливі ігри біля басейну; – Спортландія; – квести; – конкурси: на кращого плавця, бігуна, танцюриста; на кращий стрибок у басейн; на реакцію, увагу та ін.
Дитяча анімація (мініклуб)	заходи із врахуванням особливостей дитячого організму (фізичні вправи, цікаві ігри, прикладні заняття, спрямовані на розвиток дітей) із дитячими педагогами й тренерами
Підліткова анімація (Teen animation)	анімаційна програма, розроблена з огляду на інтереси й характер підлітків, подібна до дорослої
Вечірні програми (Night activities)	– танець готелю; – танцювальні, театральні, комедійні постановки на сцені за участі анімаційної команди; – шоу професійних танцювальних, фольклорних і сучасних напрямів; – гостьові шоу (гест-шоу); – цирк, акробатичні шоу; – дискотека, вечірки на пляжі/території готелю (в саду, біля басейну) тощо

Незважаючи на особливості анімаційної бази кожного готелю, усі розважальні **послуги** можна **структурувати** так:

– ***екскурсійні*** програми охоплюють різні види екскурсій;

– ***навчальні*** програми допомагають гостям набути різних умінь і навичок (у плаванні й інших видах різних спортивних занять, ремесел);

– ***культурно-пізнавальні*** анімаційні програми готелю покликані залучити гостя до культурно-історичних і духовних цінностей країни, місцевого населення (відвідування музеїв, театрів, кінотеатрів, художніх галерей, парків, виставок, національних фольклорних заходів, концертів, вечорів поезії, зустрічей з відомими діячами культури тощо);

– ***пригодницько-ігрові*** анімаційні програми знайомлять гостей із цікавим, хвилюючим, незвичайним (наприклад, участь у рольових іграх і конкурсах, відвідуванні печер, піратській вилазці, нічних походах, нічному спуску на гірськолижному курорті, у тематичному пікніку). Ці програми приваблюють відпочивальників незалежно від їхньої статі, віку й національності;

– ***аматорські*** анімаційні програми створюються з метою залучення гостей до творчості, співтворчості, змагання у виготовленні місцевих виробів, що в такий спосіб підвищує їхній інтерес до національних особливостей місцевого населення;

– ***видовищно-розважальні*** анімаційні програми представлені святковими заходами, конкурсами, фестивалями, карнавалами, тематичними днями, ярмарками, дискотеками, танцювальними вечорами, концертами художньої самодіяльності тощо.

Крім того, готельній анімації притаманний **індивідуальний підхід**, який проявляється через такі заходи:

1. Привітання гостей з днем народження. На основі даних реєстраційних карток чи анкет гостей співробітники готелю акцентують увагу на тих, чиї дні народження припадають на період перебування в готелі, готуючи завчасно для іменинників вітальну листівку, торт, кошик із фруктами, пляшку вина чи ігристого, святково оформивши столик у ресторані, музичне вітання тощо.

2. При заселенні *гостей, які повторно приїжджають до готелю (repeat guests),* адміністрація може заздалегідь надіслати до

номера кошик з фруктами та листівку на знак вдячності за повернення.

3. Використовуючи *власний банк даних*, адміністрація повинна вести *з гостями листування*: вітати їх зі святами, з днями народження, інформувати про новинки в майбутньому сезоні, запрошувати відвідати готель під час відпустки, пропонувати знижки та акційні програми тощо.

4. Особливої уваги потребують *VIP-клієнти*, до зустрічі яких адміністрація готується завчасно (шампанське, фрукти, додаткові послуги, місця в спеціалізованих ресторанах «a la carte», трансфер з готелю до аеропорту тощо). Така категорія клієнтів підвищує імідж готелю і значно збільшує його доход.

Для розвитку сфери гостинності на високому рівні потрібні якісні програми, дороге й високоякісне устаткування, нові підходи в управлінні, кваліфікований персонал.

Великі висококатегорійні готелі урізноманітнюють дозвілля своїх гостей організацією концертів зірок шоу-бізнесу першої величини, танцювальних колективів, артистів балету, цирку, театру, кіно; різних фестивалів, показів моди, виставок і ярмарків, конференцій і симпозіумів тощо.

14.3.2 Функції працівників анімаційної служби

Готельна анімація – комплекс рекреаційних послуг, що базується на особистих контактах аніматора готелю з гостями і спільною їхньою участю в розвагах, запропонованих анімаційною програмою. Організація відпочинку, дозвілля і розваг сьогодні – один із найефективніших засобів привабливості закладу гостинності, підвищення його іміджу та залучення як постійних, так і нових гостей. Це додаткові послуги клієнтові, спрямовані на отримання позитивних емоцій, задоволення від відпочинку й бажання повернутися до готелю ще раз.

Головний в системі готельного дозвілля – **менеджер з анімації**, який підпорядковується безпосередньо генеральному менеджеру. Менеджер-аніматор **повинен**: знати психолого-педагогічні основи управління тимчасовим колективом, з яким працює; володіти високими діловими якостями, глибокими знаннями психології людей, практичними навичками роботи в умовах чітко налагодженого механізму.

Менеджеру з анімації підпорядковуються:

– **методист-аніматор** (хореограф), який займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів і проведенням репетицій;

– **організатор-аніматор**, який забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним.

Основну роль у створенні того чи іншого психологічного клімату в готелі відіграє персонал анімаційного сервісу – аніматори. **Аніматор** – фахівець із формування і просування туристсько-спортивного продукту на туристському ринку та організації спортивно-оздоровчої діяльності туристів.

Вони повинні добре володіти інформацією про все, що може зацікавити туристів, допомагати їм зорієнтуватися в новій обстановці. Крім того, вони розробляють сценарії і організують різні шоу, забави, спортивні змагання, вечори відпочинку та інші заходи для туристів і є не тільки їхніми інструкторами, а й компаньйонами і партнерами, тобто допомагають туристам провести своє дозвілля весело і цікаво.

Креативний характер роботи аніматорів ставить високі вимоги до їх особистих якостей: це – комунікабельність, контактність, фізична витримка та інші. Крім того, необхідна і спеціальна підготовка: вміння написати сценарій, провести різні ігрові програми, шоу, конкурси; музична освіта; знання іноземних мов; спортивна підготовка; знання психології і педагогіки; історії і культури тощо.

Професійна майстерність аніматора характеризується рівнем його професійних вмінь і навичок в процесі розробки анімаційних програм та їх реалізації. Під ***анімаційною майстерністю*** розуміють уміння аніматора:

– відповідно до потреб і запитів споживачів складати цікаву анімаційну програму;

– зацікавлювати туристів, привертаючи увагу до анімаційної програми;

– забезпечувати індивідуальний диференційований підхід до гостей готелю, враховуючи їхні вікові, психологічні, етичні, релігійні та інші особливості;

– будувати свої взаємовідносини з співробітниками та споживачами на гуманній, демократичній основі;

– орієнтуватися і знаходити вирішення у складних і несподіваних ситуаціях;

– поєднувати теоретичну діяльність із практичною;

– використовувати накопичений досвід і новітні досягнення педагогіки, психології та інших наук.

Аніматор обов'язково повинен бути приємним у спілкуванні, мати гарні зовнішні дані, бути тактовним, мати смак, добре і доречно вдягатися, вміти себе подати, правильно висловлювати свої думки і, найголовніше, він повинен бути гарним організатором-витівником.

14.3.3 Матеріально-технічне забезпечення анімаційних програм

Для організації відпочинку, дозвілля і розваг потрібно подбати про відповідну інфраструктуру (тенісні корти, баскетбольні, волейбольні та інші спортивні й ігрові майданчики, паркові атракціони, віндсерфінг, човни, аквалангі, басейни, аквапарки, пляжні бари, таверни, кінотеатри, дискотеки, нічні клуби, боулінг-центри, більярдні, казино, тоталізатори тощо).

Центри цієї анімаційної діяльності повинні розташовуватися недалеко один від одного, від моря, басейнів і торговельних точок (барів і закусочних).

Для проведення різноманітних шоу-програм, концертів, дискотек, спортивних ігор чи змагань та інших розважальних заходів потрібне відповідне **устаткування і реквізит**:

✓ устаткування *для відпочинку на пляжі* (водні атракціони, вежі вільного падіння, парасолі, гірки, човни тощо);

✓ устаткування *для дитячих майданчиків* (гойдалки, каруселі, альтанки, гірки, ігрові й пневматичні атракціони, фігури у вигляді казкових персонажів, надувні карнавальні костюми);

✓ приміщення, меблі й необхідний реквізит й інвентар *для мініклубу* (різні настільні ігри, фарби, книжки-розмальовки, пластилін, пазли, набори формочок, ляльки, машинки, кольоровий папір, олівці тощо);

✓ устаткування *для рухливих ігор і тренажерних залів* (спортивні тренажери, екстремальні атракціони, мішені, аксесуари для пейнтболу, бадмінтону, футболу тощо);

✓ приміщення, книги і меблі *для бібліотеки*;

✓ приміщення та інвентар *для станцій і пунктів прокату* човнів, водних велосипедів, лиж, спорядження тощо;

✓ приміщення, амфітеатр або обладнаний майданчик на відкритому повітрі *для проведення масових заходів* і розважальних шоу;

✓ устаткування, декорації й набір костюмів і реквізиту *для сцени;*

✓ проєкційне, звукове, сценічне, світлотехнічне й інше устаткування для проведення шоу, дискотек, конкурсів і змагань;

✓ ігрові автомати;

✓ устаткування й приміщення для більярда, боулінгу, казино (якщо останні передбачені).

При створенні анімаційної бази бажано враховувати спектр прогнозованих **потреб споживачів** готельних послуг. Для задоволення дозвіллєвих потреб *молодих і здорових людей* увага акцентується на створенні комплексу спортивних, ігрових, танцювальних закладів дозвілля чи майданчиків, розрахованих на активний відпочинок. Оскільки курортні чи санаторні готелі орієнтуються на осіб, що їдуть сюди лікуватися, то й анімаційна база формується з наголосом на видовищні, клубні, інтелектуально-духовні форми дозвілля (бібліотека, клубні приміщення для спілкування і творчості, концертні зали тощо). Це не означає, що тут не повинно бути танцювального чи спортивного майданчика, але більшість споруд все ж розраховується на спокійний відпочинок.

Для лікувальних закладів санаторного типу характерна суттєва залежність відпочинку від лікувально-оздоровчих програм і їх специфіки. Наприклад, людям з проблемами опорно-рухового апарату протипоказані різкі рухи. Враховуючи це, не варто в таких закладах будувати традиційні спортивні, танцювальні, ігрові майданчики. Тут повинні бути умови для різноманітних настільних, інтелектуальних, рольових ігор, видовищних заходів та релаксації. Аналогічний підхід характерний і для кардіологічних санаторіїв. Натомість, клімато-оздоровчі заклади (пансіонати, курортні готелі, бази відпочинку, туристичні бази) формуються як заклади анімаційної, тобто активної рекреації.

Важливим чинником формування матеріально-технічної бази дозвілля є величина, призначення, категорія закладу розміщення.

14.4 Послуги оренди транспортних засобів

Однією з додаткових готельних послуг, популярних серед туристів, є **організація прокату автомобілів**. У структурі багатьох відомих готелів існують або свої пункти з прокату автомобілів, або філії і точки відомих фірм, що займаються вказаною діяльністю. Усі послуги з бронювання автомобілів надаються найчастіше на **стандартних умовах**:

– вік туриста має бути не менше 21 року і не більше 70 років (іноді від 25 до 75 років);

– наявність у туриста паспорта чи будь-якого документа, що засвідчує особу, і водійського посвідчення міжнародного зразка;

– до моменту укладення договору оренди водійське посвідчення має бути дійсне не менше двох років (у Великобританії – не менше року);

– внесення невеликої застави;

– наявність кредитної картки.

Ціна оренди залежить від класу автомобіля і від престижу готелю або орендної компанії, що діє при ньому. До підписання орендного договору на прокат автомобіля клієнт повинен бути обізнаний із тим, що охоплює **вартість орендної плати**:

– необмежений пробіг автомобіля;

– доставку автомобіля клієнтові в межах міста;

– ремонт чи заміну автомобіля у разі технічної несправності;

– повну страховку на випадок ДТП не з вини клієнта;

– страховку, що покриває збитки, завдані автомобілеві в ДТП з вини клієнта;

– страховку пасажирів від нещасних випадків (окрім водія);

– податки.

Машину туристові повинні надати з повним баком, але і повернути власникам її потрібно з повним баком. За додаткову плату можна придбати право на водіння машини другим водієм, замовити дитяче крісло, різноманітні аксесуари (GPS-навігатори, відеореєстратори тощо).

14.5 Екскурсійне обслуговування і послуги «зустріч–проводи»

Екскурсійні послуги входять до переліку додаткових, що надаються більшістю готельних підприємств, незалежно від їх категорії, іміджу, призначення або місця розташування. При багатьох готелях є власні екскурсійні бюро і спеціалізовані відділи.

Екскурсійна послуга – туристська послуга із задоволення пізнавальних інтересів туристів (екскурсантів), включаючи розробку і впровадження програм екскурсійного обслуговування або окремих екскурсій, організацію і проведення екскурсій. Створенням і наданням екскурсійних послуг займаються *екскурсійні фірми* (компанії, бюро).

Екскурсійні фірми на власний розсуд або за бажанням споживачів поєднують послуги безпосередніх виробників (музейних, транспортних, видовищних організацій), а також самі створюють і надають туристсько-екскурсійні послуги.

Екскурсійні підприємства використовують у своїй роботі різні **форми обслуговування**:

1. *Екскурсія як окрема послуга* передбачає організацію оглядових і тематичних екскурсій; пішохідних чи з використанням різних видів транспорту; виробничих екскурсій, екскурсій до музеїв, на виставки, в заповідники. Відрізняє екскурсію: наявність теми, кваліфікованого керівника-екскурсовода, екскурсійної групи; показ екскурсійних об'єктів; рух учасників; тривалість від однієї години до доби.
2. *Екскурсія у складі туру*, маршруту вихідного дня, яка є складовою частиною пропонованого туру.
3. *Організація екскурсій*, культурно-видовищних послуг.
4. *Надання послуг гідів-екскурсоводів*, екскурсоводів, тур-лідерів, організаторів екскурсій.
5. *Шляхова (дорожня) екскурсійна інформація* пропонується під час тривалих внутрішньомаршрутних перевезень. Екскурсовод або тур-лідер коротко інформує екскурсантів про цікаві об'єкти, розташовані на шляху руху групи.

Екскурсійна діяльність пов'язана з ознайомленням туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами в місці їх тимчасового перебування без надання послуг розміщення. Організована екс-

курсійна діяльність повинна здійснюватися кваліфікованим персоналом, обізнаним із вимогами, які ставляться до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів, і охоплювати найширші верстви населення. Під **організованою екскурсійною діяльністю** розуміють пропозицію стандартизованої екскурсійної програми або окремих екскурсій як різновидів туристських послуг. **Екскурсійна програма обслуговування** – це план екскурсійних заходів, що реалізовуються для задоволення конкретних або спеціалізованих пізнавальних запитів і інтересів місцевого населення, туристів або екскурсантів залежно від цілей їх перебування. Комплекс послуг, що входять до складу програми, є продуктом екскурсійної фірми (чи екскурсійного відділу туристської фірми).

Програми екскурсійного обслуговування складаються так, щоб задовольнити конкретні **цілі**:

– *пізнавальні* (історична, архітектурно-містобудівна, літературна, мистецтвознавча, природознавча тематика);

– *розважальні* (відпочинок, спорт);

– *професійні* (ділові, бізнес-тури, участь у виставках, ярмарках та ін.);

– *інші* (паломництво, хобі, навчання, підвищення кваліфікації та ін.).

За змістом програми бувають ознайомлювальні і тематичні. *Ознайомлювальна* екскурсійна програма охоплює оглядову екскурсію, що знайомить із містом (країною), його історією, особливостями і звичаями населення, архітектурними пам'ятками і сучасним життям. Мета *тематичної* програми обслуговування – розширити пізнання екскурсантів з певної тематики (особливо в пізнавальних турах), а також організація і надання інших послуг.

Підприємства, що відповідають за проведення екскурсій, повинні мати у своєму штаті спеціально підготовлених фахівців (**гідів**), які вільно володіють рідною для туристів мовою. Відсутність гіда-перекладача або його непрофесійність здатні зіпсувати враження туриста від поїздки. До **гіда-перекладача** ставляться різні **вимоги**, але основними з них є:

– знання великого фактичного матеріалу та уміння зміню-

вати пропонований текст відповідно до особливостей контингенту туристів, їх віку і соціального складу;

– творчий підхід до своєї роботи, уміння «заразити» своєю любов'ю до міста, країни усіх присутніх в групі;

– систематична робота над розширенням свого загального світогляду, вдосконалення професійних знань і знань іноземної мови, дотримання встановлених норм і правил поведінки, коректність у взаємовідносинах з туристами.

При призначенні гіда на роботу з конкретною іноземною групою йому видаються пропуск у готель, де розміщені туристи, а також план поїздки із зазначенням дат, часу і місця проведення запланованих заходів.

При *зустрічах* або *проводах групи* обов'язками гіда є: надання допомоги туристам в проходженні митного або прикордонного контролю; ознайомлення туристів із правилами в'їзду до держави (митні правила і обмеження), з порядком обміну валюти, фотографування і відеозйомки на території держави; організація отримання багажу.

В аеропорту гід інформує туристів про місце розташування туалетів, пунктів обміну валюти, закладів харчування (якщо є вільний час). Гідові рекомендується мати яскраву форму. На трансфері гід повідомляє тривалість переїзду до готелю, і якщо цей термін перевищує одну годину – інформує туристів про відстань в кілометрах. Гід на трансфері повинен підтримувати контакт з водієм, спільно вирішуючи питання, які виникають в дорозі. Перед зупинкою біля готелю гід оголошує, хто з туристів виходить, нагадує про багаж. У готелі гід відвідує туристів за певним розкладом (щодня, через день, двічі за поїздку).

При розміщенні туристів **гід зобов'язаний**:

– відрекомендуватися працівникам готелю і повідомити про приїзд групи;

– надавати допомогу працівникам служби прийому і розміщення для швидшого розселення туристів;

– контролювати і допомагати туристам у заповненні реєстраційних карток;

– скласти списки туристів із зазначенням зайнятих ними готельних номерів;

– завчасно ознайомити туристів із програмою перебування у визначеному пункті;

– при виїзді з готелю перевіряти правильність здачі ключів адміністраторові.

Для проведення екскурсій **гід-перекладач** повинен мати при собі ліцензію на право займатися відповідною діяльністю (інакше йому загрожує штраф). Для відвідування певних об'єктів і видовищних заходів гід завчасно купує квитки, організовує відвідування і вихід з території об'єкта.

Працюючи з туристами, гідові **забороняється**:

– самостійно змінювати запланований маршрут, вносити зміни до програми;

– змінювати запланований час проведення екскурсій, а також їх тривалість;

– самостійно організовувати відвідування об'єктів показу, не передбачених програмою перебування.

До екскурсійного обслуговування також відносять **послуги супроводу і «зустріч-проводи»**. Групова туристська поїздка за кордон потребує чіткої організації процесів, пов'язаних із переїздом групи туристів, її доставкою до місця перебування, розміщенням туристів в готелі (готелях), подальшим проходженням усіх етапів програми перебування. Ці обов'язки покладаються на т.зв. тур-лідера (супроводжуючого).

Тур-лідер (супроводжуючий) – посада, характерна для виїзного туризму. Зазвичай це – працівник відправляючої турфірми або екскурсійної фірми готелю, який супроводжує групу по маршруту і організовує перебування туристів в ході усієї поїздки. Залежно від напряму поїздки та рівня обслуговування обов'язки тур-лідера може виконувати одна людина або команда співробітників, кожен з яких відповідає за ту чи іншу функцію на певному етапі поїздки.

Обов'язки тур-лідера (супроводжуючого):

– перед виїздом (вильотом) туристів простежити за своєчасним оформленням усіх документів і проконтролювати процес посадки туристів на транспортний засіб;

– при прибутті на вокзал (до аеропорту) проконтролювати вихід туристів. Як правило, збір групи заздалегідь призначається

у визначеному місці;

– дуже важливо проконтролювати отримання туристами багажу (плутанина, яка може виникнути внаслідок поспіху або неуважності, – шанс втратити, забути, залишити, переплутати свій багаж з багажем інших туристів).

Наступний етап – доставка туристів до місця розміщення (готель) – **трансфер**. До супроводу можуть долучатися співробітники приймаючої турфірми. Якщо розміщення групи передбачене в кількох готелях, то автобус висаджує по декілька туристів біля кожного. Важливо проінформувати туристів про те, скільки часу займе переїзд. У готелі звіряються списки туристів. Усі проблемні ситуації вирішує супроводжуючий, зв'язуючись з приймаючою туристичною фірмою.

Під **трансфером** розуміють будь-які переміщення туристів по маршруту з використанням транспорту, але найчастіше трансфером називають переїзд туристів з аеропорту або вокзалу в готель в день прильоту (приїзду) і переїзд з готелю в аеропорт (вокзал) в день від'їзду. Трансфер буває *груповим* і *індивідуальним* (для VIP-туристів); може бути тільки в один бік або «туди – назад». На дітей поширюються знижки; діти до 2-х років – перевозяться безкоштовно. На трансфері може бути присутнім супроводжуючий. Можливий варіант поєднання трансферу з екскурсіями (оглядовою або завершальною). Це робиться з метою реклами, коли пакет послуг розширюється, а його вартість не змінюється.

Супроводжуючий повинен стежити за проходженням екскурсій відповідно до плану. За неможливості провести екскурсію в зазначений термін – погоджувати її перенесення на інший час, в крайньому випадку, за згодою туристів – підшукати альтернативний варіант. У останній день перебування в готелі – інформувати туристів про своєчасну оплату рахунків за фактом надання додаткових послуг (користування телефоном, спортзалом, мінібаром тощо). При виїзді з країни повторюються усі етапи в'їзду.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які послуги в готелях відносять до додаткових? Від чого залежить їхній перелік?

2. Назвіть послуги, закріплені на законодавчому рівні, що належать до категорії безкоштовних.

3. Які платні послуги найпопулярніші у готелях? Яким правилам підпорядковується надання послуг у готелях на платній основі?

4. Назвіть послуги з побутового обслуговування і коротко охарактеризуйте їх.

5. Розкрийте сутність анімаційних послуг у готелях. Які потреби споживача вони покликані задовольнити?

6. Охарактеризуйте традиційні форми організації дозвілля.

7. Розкрийте структуру послуг анімаційного типу.

8. Дайте визначення терміна «анімаційна програма» і наведіть орієнтовний перелік анімаційних послуг у готелях Туреччини.

9. В чому проявляється індивідуальний підхід готельної анімації?

10. Охарактеризуйте функції працівників анімаційної служби.

11. Яке матеріально-технічне забезпечення повинно бути у готелях для організації якісних анімаційних програм?

12. Назвіть умови, яких дотримуються при організації прокату транспортних засобів у готелях.

13. Від чого залежить ціна оренди автомобіля і що охоплює вартість орендної плати?

14. Перелічіть форми обслуговування, які застосовуються екскурсійними підприємствами при наданні екскурсійних послуг.

15. Назвіть вимоги до гіда-перекладача. Які обов'язки покладаються на гіда?

16. Охарактеризуйте сутність посади тур-лідера та його обов'язки.

17. Що таке «трансфер»? Назвіть види та умови трансферу для різних категорій туристів.

Тести для самоперевірки

1. Додаткові види послуг у готелях покликані ...

а) всі варіанти правильні; б) збільшити доход;
в) заповнити сезони низького попиту; г) покращити імідж.

2. Хто визначає остаточний перелік додаткових послуг?

а) гість готелю; б) керівництво готелю;
в) адміністратор готелю; г) туристичний оператор.

3. Яку категорію відвідувачів готелю повинні задовольнити індивідуальні послуги?

а) VIP-персон; б) з особливими потребами;
в) заможних гостей; г) постійних відвідувачів.

4. Який вид послуг НЕ відноситься до переліку обов'язкових безкоштовних, закріплених законодавчо?

а) пробудження до визначеного часу;

б) доставка в номер особистої кореспонденції при її отриманні на адресу готелю;

в) виклик швидкої допомоги;

г) використання медичної аптечки;
д) надання одного комплекту посуду;
е) надання окропу, ножиць, голок з нитками;
є) ремонт одягу, взуття, валіз.

5. Від чого залежить перелік безкоштовних додаткових послуг?
а) від конкурентного середовища; б) від розмірів готелю;
в) від кваліфікації персоналу; г) від контингенту гостей.

6. Яким правилам підпорядковується надання послуг у готелі на платній основі?*
а) не тільки задовольняти попит, але й випереджати його;
б) не можна нав'язувати послуги, в т. ч. надавати деякі з них лише за умови придбання інших;
в) нав'язувати послуги, в т. ч. надавати деякі з них лише за умови придбання інших;
г) проводити опитування з переліком найбільш бажаних додаткових послуг.

7. Де зазвичай розташовуються структурні підрозділи готелів, які надають побутові послуги?
а) на першому поверсі; б) на поверхах готелю;
в) у підвальному приміщенні; г) в окремому приміщенні.

8. До послуг із побутового обслуговування НЕ відносять?
а) термінове прання і хімчистку, прасування особистих речей;
б) терміновий ремонт і чищення взуття;
в) збереження речей і цінностей;
г) прокат предметів культурно-побутового призначення;
д) послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів;
е) прокат спортивного спорядження.

9. До якого виду анімаційних послуг відносять дитяче місто і кімнати, ігрові автомати, басейн, водні шоу та ігри, волейбольний майданчик, пляж, дискозону та ін.?
а) стандартних; б) додаткових;
в) ексклюзивних; г) обов'язкових.

10. До якої групи розважальних послуг можна віднести участь у рольових іграх і конкурсах, піратській вилазці, нічних походах, нічному спуску на гірськолижному курорті, у тематичному пікніку?
а) культурно-пізнавальних; б) пригодницько-ігрових;
в) видовищно-розважальних; г) аматорських.

11. Хто займається підготовкою сценаріїв анімаційних програм і постановкою шоу, розробкою костюмів і проведенням репетицій?
а) менеджер з анімації; б) методист-аніматор;
в) організатор-аніматор; г) аніматор.

12. Хто відіграє основну роль у створенні певного психологічного клімату в готелі?

а) менеджер з анімації; б) методист-аніматор;
в) організатор-аніматор; г) аніматор.

13. Від чого залежить якість проведення різноманітних розважальних заходів у готелях?

а) від місця розташування; б) від категорії готелю;
в) від устаткування і реквізиту; г) від розмірів готелю.

14. Який фактор враховують при створенні анімаційної бази готелю?

а) потреби споживачів; б) категорію готелю;
в) призначення готелю; г) місце розташування готелю.

15. Від чого залежить ціна оренди автомобіля?

а) від класу автомобіля; б) від пробігу автомобіля;
в) від законодавства країни; г) від доходів туриста.

16. Що НЕ охоплює вартість орендної плати автомобіля?

а) необмежений пробіг автомобіля;
б) доставку автомобіля клієнтові в межах міста;
в) ремонт чи заміну авто в разі технічної несправності;
г) повну страховку на випадок ДТП не з вини клієнта;
д) страховку пасажирів від нещасних випадків;
е) страховку водія в разі ДТП з його вини;
є) податки.

17. Пропозиція стандартизованої екскурсійної програми чи окремих екскурсій як різновидів туристських послуг називається ...

а) екскурсійними послугами;
б) організованою екскурсійною діяльністю;
в) екскурсійною програмою;
г) екскурсійним обслуговуванням.

18. Якими бувають екскурсійні програми за змістом?

а) ознайомлювальні і тематичні; б) загальні і конкретні;
в) міські і заміські; г) природничі й історичні.

19. Хто супроводжує групу по маршруту й організовує перебування туристів від час поїздки?

а) гід; б) тур-лідер; в) трансфермен; г) екскурсовод.

20. Як називаються будь-які переміщення туристів по маршруту з використанням транспорту?

а) трансфером; б) перевезенням; в) доставкою.

ТЕМА 15. РОБОТА ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З КЛІЄНТАМИ

15.1 Цільова аудиторія закладів розміщення.
15.2 Типологія клієнтів готельних підприємств за різними підходами.
15.3 Особливості контакту персоналу готелю з клієнтами.
15.4 Конфліктні ситуації в готелі та шляхи їх вирішення.
15.5 Робота зі скаргами у закладах гостинності.

15.1 Цільова аудиторія закладів розміщення

Послуги закладів розміщення використовують дуже різні люди та з різними цілями: молодь чи особи поважного віку, туристи-індивідуали та групові, сім'ї з дітьми і без, забезпечені чи з невеликими статками, топ-менеджери чи звичайні працівники певних компаній, представники різних національностей, професій, ті, хто на відпочинку чи у відрядженні та ін. Кожен клієнт готелю може мати свої потреби та вподобання, які треба враховувати для якісного обслуговування.

Залежно від цілей потреби споживачів готельних послуг можна узагальнити і виділити такі їх **категорії**:

– **туристи**: найчастіше харчуються в ресторанах і кафе, купують сувеніри, відвідують розважальні та культурні заклади, зазвичай завчасно бронюють номери і послуги, проте схильні до імпульсивних покупок;

– **ті, хто на відпочинку**: маючи певну схожість за потребами і послугами, якими користуються в готелях, з туристами, вони менше зацікавлені в культурних і пізнавальних заходах, часто спокійніші, висувають вищі вимоги до тиші;

– **ділові люди**, які здійснюють поїздки по роботі (в т.ч. відрядники): висувають вищі вимоги до точності й своєчасності надання послуг, потребують додаткових послуг зв'язку і транспорту, надають перевагу оплаті за безготівковим розрахунком, часто є постійними клієнтами готелів;

– **працівники**, які тимчасово проживають у певному населеному пунктів (робота за контрактом): перебувають у готелі відносно довго (від кількох місяців до року чи навіть кількох років), надають перевагу економ варіантам і розраховують на знижки;

– **організатори заходів**: виступають посередниками в готелі, оскільки бронюють місця для груп людей, часто користуються додатковими послугами готелів (конференц-залами, переговорними); існує підвищений ризик скасування бронювання;

– **ті, хто тільки ночує**: просто проїжджають транзитом або приїхали у визначений населений пункт з певною приватною метою, зупиняються тільки на одну ніч (рідше декілька) для сну та відпочинку, зазвичай нічого не бронюючи завчасно.

– **ті, які приїхали на подію**: це може бути спортивна, культурна, сімейна чи наукова подія, сюди ж потрапляють абітурієнти на період вступної кампанії, та інші варіанти разового пікового збору великої групи людей, практично не знайомих між собою.

– **молодята**: потребують усамітнення, висувають підвищені вимоги до рівня комфорту і сервісу.

Потенційні клієнти готелів також поділяються на різні категорії за такими **ознаками**:

1) приватні особи і корпоративні клієнти;

2) громадяни країни й іноземні гості;

3) ті, хто мандрує наодинці, парою, сім'єю, змішаною групою;

4) стать (чоловіки, жінки), вік (молодь, середнього віку, літні, а також особлива категорія – діти);

5) заможність і вимогливість до рівня й якості наданих послуг;

6) постійні (регулярні) гості й випадкові (разові).

Кожна з зазначених категорій не повністю визначена: їх можна ще більше деталізувати, виокремлюючи вужчі сегменти з точнішими потребами й характеристиками.

15.2 Типологія клієнтів готельних підприємств за різними підходами

Для досягнення успіху в готельному бізнесі працівникам контактних служб важливо чітко уявляти психологічні типи клієнтів, з якими доводиться працювати. Це дозволяє не тільки, заощадивши час, спростити процес обслуговування клієнта, але й максимально задовольнити його запити і потреби та збільшити дохід підприємства. Існує багато підходів до визначення психологічних типів клієнтів (за темпераментом, поведінкою, швидкістю прийняття рішень тощо).

Типологія, в основі якої такі параметри поведінки, як **активність і емоційна чуйність,** виділяє такі типи клієнтів:

- «аналітик» – пасивний і байдужий;
- «ентузіаст» – активний і чуйний;
- «активіст» – активний і байдужий;
- «добряк» – пасивний і чуйний.

Для готельного підприємства найкращим типом клієнтів є ***«добряк»***, оскільки його обслуговування не викликає жодних труднощів у готельного персоналу.

Гість ***«аналітик»*** повільний і неквапливий, говорить неголосно, без інтонацій, проте може бути багатослівним, вважає за краще спілкуватися з менеджером через стіл, при розмові швидше відхиляється назад, ніж рухається назустріч, намагається не дивитися співрозмовникові в очі, одягнений посередньо, з «недорозвиненим» або взагалі відсутнім почуттям гумору. Характерною особливістю цього типу є обожнювання деталей.

У спілкуванні з таким типом гостя персонал готелю також повинен висловлювати чітко свої думки, говорити повільно, приділяючи увагу дрібницям, відповідати на кожне питання, наводити приклади задоволених клієнтів. З «аналітиком» емоції працюють мало, налаштуватися на дружнє спілкування з ним не вдається, потрібно бути точним і пунктуальним, краще виглядати консервативно, ніж екстравагантно. Він хоче різних гарантій, і при прийнятті рішення йому важливе відчуття безпеки.

Друкована документація, що видається на руки, повинна бути гарно оформлена, точна, з усіма запитуваними даними. Обираючи готель для розміщення, аналітик збирає, аналізує й узагальнює інформацію по величезній кількості закладів розміщення. Тому, контактуючи з аналітиком, персоналу служби прийому і розміщення важливо не обдурити очікування такого клієнта, який після довгого і складного вибору, зупинився саме на даному готелі.

«Ентузіаста» легко впізнати завдяки його енергійності, жвавості, виразності, екстравагантності. Чоловік-«ентузіаст» першим контактує із персоналом служби прийому і розміщення. Жінка-«ентузіастка» при зустрічі відкрито дивиться на працівників готелю, мило посміхаючись. Цей тип клієнтів прагне спілкува-

тися з персоналом готелю «на короткій нозі». Промовистий і багатослівний, говорить швидко, голосно і довго.

Працювати з «ентузіастом» зручно, оскільки він відкритий для спілкування. Попри все, він може бути: неуважним до подробиць, схильним до перебільшень і узагальнень, неорганізованим, поверхневим і непередбачуваним, імпульсивним і нетерплячим. Досить часто клієнти такого типу вимагають виконання нереальних послуг (які готелем не надаються). За таких обставин з ними не варто сперечатися, а краще зацікавити альтернативними варіантами обслуговування.

Окрім того, клієнт-«ентузіаст» – забудькуватий, непунктуальний, незібраний і часто пропускає цінну інформацію повз вуха. Закінчуючи спілкування з таким гостем, працівникові готелю варто по пунктах повторити необхідну для клієнта інформацію і вручити йому відповідні інформаційні матеріали.

«Активіст» нагадує начальника або VIP-персону, справляє враження своєю енергійністю та рішучістю; завжди зайнятий і трепетно ставиться до свого часу (кілька хвилин очікування його дратують); любить контролювати все (як ситуацію загалом, так і людей навколо себе); говорить швидко і досить голосно, пильно дивлячись в очі менеджеру. На стійці прийому виявляє нетерплячість і постійно бурчить з приводу повільної роботи працівників Reception, не втратить можливості зробити різке зауваження на їхню адресу, яке може перейти в грубість при істотних збоях у роботі служби.

Разом із тим, гість-«активіст» не створює істотних проблем, достатньо тільки працівникам готелю з таким клієнтом бути енергійними, лаконічними, стриманими і доброзичливими. Не варто йому заперечувати і йти з ним на лобове зіткнення, оскільки це може спричинити конфліктну ситуацію і втрату клієнта. У спілкуванні з активістом потрібно робити акцент лише на найважливіших моментах, не звертаючи увагу на деталі, і підкреслювати його важливіст ь як клієнта готелю.

Іншу типологію клієнтів на основі аналізу їхнього **способу життя** запропонував класик туристики В.А. Квартальнов, оскільки цей критерій тісно пов’язаний з потребами клієнта і мотивацією до вибору обслуговування. Такий підхід допоможе фахівцю-практику не тільки обрати тактику поведінки, але й правильно сформувати

готельний продукт, який зацікавить гостя, бо відображає його конкретні потреби та побажання. Без правильного розуміння цінностей клієнта навряд чи можна його чимось привабити.

В.А. Квартальнов виділяє п'ять типів клієнтів:

– ***занурений в себе шукач насолод*** – найчастіше це молода людина, зайнята монотонною, нецікавою роботою, проте з пристойним доходом. Є постійним глядачем спортивних, пригодницьких та інших активних програм по телевізору. Тому й шукає задоволення від реальних і уявних видів діяльності на свіжому повітрі: може любити риболовлю та полювання, грати в баскетбол, захоплюватися дорогими спортивними автомобілями. Ця людина не планує життя на довгу перспективу, всі рішення про покупки приймаються спонтанно.

Такий тип клієнтів може створювати певні труднощі для персоналу готелю через те, що іноді складно догодити йому і підібрати найвдаліший варіант обслуговування. Гість такого типу висуває серйозні вимоги до умов розміщення і додаткових послуг. Але досвідчені працівники готелю не матимуть особливих труднощів у визначенні реальних потреб такого клієнта і зроблять все для їх задоволення. Додатковим козирем для персоналу є спонтанність у прийомі рішення про купівлю, оскільки такий клієнт піддається впливу з боку;

– ***активна й цілеспрямована особистість*** всі сили й енергію спрямовує на досягнення кар'єрного росту. Такий клієнт впевнений у собі, ліберальний, із сучасними поглядами на життя. Він постійно шукає нові відчуття, прагне активної діяльності (катання на лижах, плавання на яхті тощо), подорожей за кордон.

Клієнт такого типу досить вигідний готелю, оскільки вибір конкретного готелю був обґрунтованим і свідчить про довіру до цього закладу розміщення. Такий клієнт споживає велику кількість додаткових послуг. Потреби його легко передбачити, але не просто задовольнити;

– ***ділова особистість***. Цей клієнт заможніший і має більше можливостей для дорогого відпочинку, ніж активна й цілеспрямована особистість. Проте їздити на далекі відстані він не любить, оскільки має добрий будинок і родину.

Зазвичай саме клієнти даного типу формують сегмент тих, хто подорожує з діловими цілями. Вони ставлять високі вимоги до умов розміщення та обслуговування, не прощають збоїв і помилок в обслуговуванні. Однак, при якісному обслуговуванні, клієнти такого типу найбільш віддані тому чи іншому готелю;

– ***«сині комірці»*** живуть у маленьких містах або на околицях великих міст, дотримуються суворої моралі і необхідності важкої роботи, надають перевагу відпочинку з родиною в наметах, люблять полювання і риболовлю. Клієнти такого типу зазвичай обирають недорогі засоби розміщення для відпочинку. Хоча за ті кошти, які вони заробляють і витрачають на відпочинок, намагаються отримати максимум комфорту. Їх найбільше хвилює проблема співвідношення ціни і якості;

– ***традиційний домосід*** є прихильником старих традицій; уникає всього, що пов'язано з ризиком (ніколи не робитиме покупок у кредит). Клієнти такого типу рахують кожну витрачену гривню. Вони можуть емоційно вимагати в готельного персоналу пояснень і розрахунків щодо кожного пункту рахунку. З такими гостями працювати дуже складно, оскільки вони хочуть отримати якісне обслуговування, витративши при цьому незначні кошти або пристойно заощадивши. Найбільша кількість конфліктних ситуацій і скарг надходить саме від клієнтів-«домосідів».

При виборі конкретного готелю для розміщення потенційні клієнти послуговуються ще й такими **міркуваннями**:

1) ***безпека***. Мандрівки – це та сфера, яка так чи інакше завжди пов'язана з ризиком, загрозою для життя і здоров'я. 100%-ої гарантії захисту гостя від крадіжок, нападів, травм, укусів комах, терористичних актів не може дати жоден готель світу. Тому підвищена увага приділяється роботі служби безпеки готелю для надання гостям надійного і безпечного відпочинку;

2) ***економія коштів.*** Є туристи, які при виборі засобу розміщення і порівнянні цін на аналогічні послуги у конкурентів, виявляють порядну скупість. Персонал служби прийому і розміщення чи агент із бронювання, виявивши в потенційного клієнта таку рису, повинен за можливості запропонувати йому кілька альтернативних варіантів, інакше – можна втратити клієнта;

3) ***новизна й оригінальність готельного продукту***. Існує категорія гостей, для яких найважливішим мотивом для здійснення

поїздки та розміщення в тому чи іншому готелі виступає новизна й оригінальність готельного продукту. Вони ніколи не оберуть традиційні варіанти розміщення, і зупинятимуться щороку в одному і тому ж готелі. Їх приваблює новизна, сучасне і високотехнологічне обслуговування, постійна зміна обстановки. Вони прагнуть отримати ті продукти і послуги, інформація про які тільки-но промайнула в засобах масової інформації;

4) ***комфортність***. Для більшості клієнтів цей аргумент є одним із основних, особливо для раціональних і практичних гостей, з аналітичним складом розуму;

5) ***престижність відпочинку в готелі***. Розміщення у висококласних готелях свідчить про приналежність клієнта до тієї чи іншої соціальної групи; це – своєрідний спосіб виділитися, похвалитися перед іншими. Досить часто трапляються випадки, коли клієнти з обмеженими фінансовими можливостями, вважають за краще зупинятися в престижних готелях тільки заради близькості до вищих соціальних груп;

6) ***популярність і репутація готелю***. В основі цього аргументу лежить механізм наслідування (Якщо всі розміщуються в цьому готелі, то чим ми гірші?), який затягує людей, оскільки думати самостійно, знаходити власні рішення – це важка робота, яка не всім до смаку, та й неможливо у всьому і завжди покладатися тільки на свій розум;

7) ***вірність традиціям***. Прихильність до певного готелю може бути пов'язана не тільки зі смаками й уподобаннями людини, але і з його реальними фізичними та фінансовими можливостями. Консерватизм туриста, пов'язаний з його пристрастю до певного варіанта розміщення, також може служити непоганим козирем для персоналу готелю. Для таких гостей застосовуються спеціальні знижки, дисконтні картки та ін. пропозиції.

15.3 Особливості контакту персоналу готелю з клієнтами

Провідну роль у сфері гостинності відіграє людський фактор, який в процесі обслуговування визначає взаємовідносини між працівником і клієнтом. При підготовці і відборі персоналу, що контактує з споживачами, особливого значення набуває професійне володіння технологіями ділового спілкування.

Під **культурою сервісу** розуміють рівень етичних знань, моральних принципів і навичок працівників сервісу, які застосовуються при обслуговуванні клієнтів. Сьогодні поширене розуміння культури обслуговування як сукупності правил ввічливості (етики поведінки). *Основними складовими* культури обслуговування є:

– безпека й екологічність при обслуговуванні;

– естетика інтер'єру і створення комфортних умов обслуговування;

– знання психологічних особливостей особистості та процесу обслуговування;

– знання й дотримання персоналом етичних норм обслуговування;

– знання та дотримання правил, які визначають порядок і черговість обслуговування гостей;

– наявність достатньої кількості обладнання та інвентаря для надання послуг та ін.

Виділяють кілька **аспектів** культури сервісу:

1) Психологічна культура сервісу – рівень розвитку психологічних знань, навичок і вмінь працівників сервісу для врахування індивідуально-психологічних особливостей клієнтури з метою застосування найкращої тактики їх обслуговування.

Працівникові контактних служб готельного підприємства варто знати свій **тип темпераменту:** *працівник-сангвінік* успішно обслуговує клієнтів, але йому важко виконувати монотонні й одноманітні операції; *працівник-холерик* незамінний при обслуговуванні великої кількості клієнтів, однак погано володіє собою, особливо в напружених і конфліктних ситуаціях; *працівник-флегматик* витриманий, врівноважений, але не може працювати швидко, викликаючи цим роздратування у клієнтів; *працівник-меланхолік* доброзичливий, чуйний, прагне уникати конфліктів, але повільний і уразливий.

Персонал контактних служб готелю ніби з боку спостерігає за поведінкою гостя. Знаючи послідовність здійснення замовлення, він може активно впливати на клієнтуру і застосовувати найкращу **психологічну тактику обслуговування,** яка охоплює ***три етапи***:

– на першому етапі потрібно заволодіти увагою клієнта, зацікавити пропонованою послугою;

– на другому етапі – стимулювати клієнта до прийняття рішення скористатися послугою;

– третій етап – завершення процесу оформлення готельної послуги.

Не потрібно затримувати клієнта при остаточному оформленні документації.

2) Естетична культура сервісу – це рівень розвитку і використання естетичних цінностей працівниками сервісу при обслуговуванні клієнтів, а саме: зовнішнє оформлення службових приміщень та робочих місць обслуговуючого персоналу; зовнішній вигляд працівників; технічна естетика і дизайн місць загального користування, номерного фонду; рекламні, піктографічні та інформаційні оголошення та вказівники всередині будівлі готелю, а також на її території.

3) Організаційно-технологічна культура сервісу – ступінь упорядкованості процесу обслуговування клієнтів. Обслуговування в номері є частиною загальної атмосфери гостинності. Воно полягає в ретельному прибиранні номерів, обслуговуванні напоями та харчуванням у номері, чищенні одягу й взуття, побудці проживаючих, наданні його кореспонденції та ін.

Співробітники служби прийому і розміщення найтісніше контактують із гостями готелю і повинні мати такі **якості**:

– професійну манеру поведінки;

– відповідні сприятливі особисті якості;

– комунікабельність;

– старанність, доброзичливість, уважність;

– гостинне ставлення;

– гарний зовнішній вигляд (одяг, зачіску).

Персонал служби прийому і розміщення повинен дотримуватися певного **алгоритму прийому гостей** і продажу номерів:

1. Посміхніться.

2. Встановіть і підтримуйте візуальний контакт.

3. Намагайтеся називати гостя на ім'я та по батькові.

4. Будьте ввічливими, доброзичливими, діловитими, знайте свою справу.

5. Запропонуйте розміщення в хорошому номері і спробуйте продати його.

6. Робіть акуратні розбірливі записи.

7. Підтримуйте охайний і доглянутий зовнішній вигляд.

8. Виконуйте всі обіцянки.

Ключовою процедурою процесу поселення та продажу є пропозиція вибору номера, яка вимагає роздумів, планування і досвіду. Для створення позитивного образу черговий адміністратор повинен знати продукт детально й описувати його позитивно. Разом із фізичними характеристиками номера, варто згадати й про інші переваги для гостей. Гість може висловити свої побажання стосовно проживання, деяка інформація – вже відома з картки бронювання.

Після того, як гість обрав свій номер, його просять заповнити анкету чи реєстраційну картку. Черговий адміністратор повинен подякувати гостеві за те, що він обрав саме їхній готель, і висловити особистий інтерес до того, щоб зробити його перебування якомога приємнішим.

Всі адміністратори повинні бути терплячими й послідовними, обговорюючи з гостями відсутність вільних номерів. Деякі корисні **рекомендації**:

- гостей можна запросити повернутися в готель в найближчі дні, як тільки звільняться місця. Після їхнього повернення до них потрібно ставитися як до VIP-персон і бажано вручити невеликий подарунок – компенсацію за незручності;
- відправити гостям, які мали бронь, але не були розміщені, листи з вибаченнями за заподіяні незручності і запрошенням повернутися в готель в майбутньому;
- якщо не був розміщений учасник масового заїзду, потрібно сповістити організатора групового заїзду. Він може розв'язати проблему, попросивши учасників «ущільнитися». За таких ситуацій черговим адміністраторам варто мати добрі службові стосунки з організаторами масових заїздів тощо.

Якщо іншого варіанта, крім відмови, немає, пояснити це гостеві потрібно в окремому кабінеті. Поселення інших гостей у присутності того, кому відмовляють у розміщенні, може бути дуже незручним і нетактовним. Якщо ж у готелі немає вільних місць,

працівники служби прийому й розміщення повинні мати телефони аналогічних готелів, розташованих поблизу. Потрібно докладати максимум зусиль, щоб гості не проігнорували готель у майбутньому. Додаткова турбота про приїжджих може створити атмосферу дбайливості і доброзичливості серед колег всієї індустрії гостинності.

15.4 Конфліктні ситуації в готелі та їх вирішення

Конфліктні ситуації в готелі трапляються досить часто. У психології готельного обслуговування окремо виділяють категорію «важких гостей», які переважно і генерують їх. Психологічні умови відпочинку в готелі є підсумком усіх інших умов відпочинку, надаючи останньому цілісного характеру. Ігнорування психологічних умов організації готельного відпочинку створює передумови для виникнення ефекту «ложки дьогтю в бочці меду». Іноді персонал готелю піддається негативному психологічному впливу. Агресивність гостя часто або провокує персонал готелю на відповідну ворожість, або робить його безпорадним.

Психологи виділяють ролі, які найчастіше виконують агресивно налаштовані відвідувачі – «важкі гості»: конкурент, домінатор, місіонер, антагоніст, уточнювач і веселун. Вони можуть не тільки зіпсувати відпочинок іншим, а й влаштувати скандал, який створить готелеві багато проблем.

Конкурент не задоволений запропонованими йому номером або послугами і вимагає від готельного персоналу негайної заміни. З гостями такого типу досить важко працювати. Найчастіше такі ситуації закінчуються тим, що готель або надає аналогічну заміну клієнтові, або виплачує йому грошову компенсацію у разі невідповідності якості послуги та обслуговування реально заявленим.

Домінатор постійно захоплює ініціативу і пригнічує свого співрозмовника (іншого гостя чи працівника готелю). Такий тип гостя дуже наполегливий, схильний до довгих промов, здатний впливати на формування колективної поведінки, постійно демонструючи власне «Я». Його потрібно культурно ставити на місце, оскільки він не тільки здатний зайняти багато часу, але й «отруїти» відпочинок в готелі іншим відвідувачам.

Практика готельного сервісу має багато прикладів, коли лідер туристської групи нав'язує всім ідею про неякісне та неповноцінне надання готельних послуг, внаслідок чого прекрасний відпочинок у висококласному готелі перетворюється на щоденне і повсякчасне з'ясування стосунків із персоналом щодо якості обслуговування і набору наданих послуг. Такого лідера бажано ізолювати і провести з ним серйозну розмову.

Місіонер любить повчати персонал готелю, оскільки має багато міркувань та ідей, які зазвичай висловлює з поважним і зарозумілим виглядом, посилаючись на свої знання і досвід. Із таким типом клієнта досить легко владнати стосунки. Для цього потрібно парою професійних фраз обеззброїти його. Не знайшовши відповіді на поставлене запитання або створену ситуацію, місіонер просто залишить місце спілкування.

Антагоніст заперечує будь-яку пропозицію. Його агресивність може виражатися стримано і логічно аргументовано (раціональний антагоніст) або вороже (залякуючий антагоніст). Перший тип гостя ставить важкі питання готельному персоналу, які часто виходять за рамки його компетенції. Залякуючий антагоніст всі пропозиції відкидає, висловлює коментарі, що не стосуються справи, підкріплюючи їх відповідними жестами.

З такими гостями дуже складно працювати. Цікавим прийомом є вироблення спільно з клієнтом-антагоністом кількох варіантів розв'язання проблеми, що склалася; при цьому гість повинен брати найактивнішу участь. Важливо показати клієнтові, що він сам проаналізував ситуацію, виробив і прийняв відповідне для нього рішення, що дозволить йому заспокоїтися, «випустити пару» і прийняти взаємовигідне рішення.

Уточнювач на будь-яке питання співробітника готелю відповідає: «дивлячись що ...», «дивлячись як ...», «залежно від обставин ...». Такий гість також часто викликає роздратування у персоналу, провокуючи грубість, скандали, нервозність, що, з одного боку, може скомпрометувати рівень сервісу готелю, а з іншого – зіпсувати умови відпочинку іншим гостям.

Веселун у всьому бачить привід для веселощів і своїх дотепів, причому вони виникають у нього за несподіваною асоціацією на кшталт «А от у нас був випадок» або «На цю тему є хороший анекдот». Але часто його гумор спрямований на приниження і навіть

образу інших гостей та персоналу готелю. Контакти з такими гостями варто зводити до мінімуму, а спілкуванню надавати лаконічності й серйозності.

Ця типологія не охоплює всієї практики готельного сервісу, оскільки в різних умовах людина проявляє себе по-різному. Згадані класифікації умовні. Вони допомагають яскравіше створити психологічний портрет гостя, вчасно розпізнати тип поведінки агресивно налаштованого клієнта й оперативно вжити заходів з відновлення порушеної атмосфери відпочинку в готелі.

15.5 Робота зі скаргами у закладах гостинності

Збільшення кількості скарг на ринку готельних послуг зумовлене тим, що нині гості обізнані зі своїми правами і обов'язками готельних підприємств і наполягають на їх дотриманні, а попит на готельні послуги сприяє виходу на ринок нових закладів гостинності, менш досвідчених і забезпечених ресурсами.

Зазвичай значна частина претензій виникає через недостовірну рекламу, недосконаліть підготовки договірної документації чи недбалість у її оформленні, невідповідність якості і набору послуг, що надаються, заявленим у договорі чи рекламі. Найчастіше турист не уявляє, що він отримає насправді, а персонал готелів недостатньо чітко формулює зобов'язання з надання всього комплексу готельних послуг, за які клієнт заплатив.

Всі скарги в готельній справі можна умовно розділити на **чотири категорії**:

1. Невиконання чи неналежне надання готельних послуг. Більшість скарг належить саме до цієї групи. Відмінність між тим, що обіцяє туристична фірма чи готель, і тим, що отримує гість насправді, може варіюватися від незначної до повністю неприйнятної. Найпоширенішими причинами для таких скарг є:

• надання готелю нижчої категорії (або з меншою кількістю можливостей), ніж обіцяли;

• скасування додаткових послуг;

• відсутність певних умов для відпочинку (наприклад, гарячої води в номері тощо).

2. Несвоєчасне інформування гостей про зміни в умовах обслуговування. В угодах про надання готельних послуг допускаються незначні зміни, наприклад, заміна готелю на рівноцінний (аналогічної категорії) за згодою клієнта, за неможливості на даний момент надати місця у бажаному готелі. Якщо ж заміна відбувається з пониженням класу обслуговування, то туристична фірма чи готель повинні відшкодувати різницю в ціні.

3. Недостовірна або неточна інформація про готельний продукт. Готель не завжди надає гостям повну і вичерпну інформацію про заклад розміщення та його послуги, іноді замовчуючи про якісь їхні особливості, що призводить до додаткових фінансових витрат туристів в місці відпочинку або до неможливості скористатися тією чи іншою послугою.

4. Складання та підписання договору, що утискає права споживача. Договір, який укладається при купівлі готельних послуг, – це угода між гостем і готелем. Він повинен містити умови, зазначені в законодавчих актах, чіткі положення щодо відповідальності готелю перед клієнтом, оскільки досить часто зміни відбуваються не з вини готелю.

Отже, завжди у закладах гостинності потрібно приділяти увагу розгляду скарг гостей, бо, згідно з дослідженнями, проведеними Міжнародною асоціацією обслуговування клієнтів в США, 91% незадоволених клієнтів більше ніколи не скористається послугами даного готелю, до того ж поділяться негативними враженнями про все як мінімум дев'яти співрозмовникам. 54-70% знову скористаються послугами готелю, якщо їхні претензії будуть задоволені. А якщо вони будуть задоволені дуже швидко, то ця цифра зростає до 95%.

Саме клієнти, які скаржаться, і надалі користуватимуться послугами компанії (фірми). Як правило, не висловлюють претензій ті гості, яким однаково. Варто пам'ятати про те, що скарга, швидко і ефективно розглянута, часто перетворює людину, яка поскаржилася, в найвірнішого клієнта. Гість, який скаржиться, робить послугу, тобто дозволяє розвиватися, поліпшувати якість обслуговування, і навіть виграти в конкурентній боротьбі.

Скарги гостей приносять користь готельному підприємству, оскільки вони:

- висловлюють думки і потреби гостей;

- виявляють слабкі місця у встановлених процедурах і стандартах обслуговування в готелі;
- є безкоштовним контролем якості обслуговування;
- підкреслюють пріоритети;
- є безкоштовним аудитом;
- є безкоштовним маркетинговим дослідженням;
- можуть допомогти в плануванні витрат;
- виявляють потреби в навчанні співробітників (тренінгах);
- запобігають повторенню ситуації;
- змушують вживати заходів;
- забезпечують інформацією про конкурентів;
- дозволяють додатково контактувати з гостем;
- є додатковою можливістю для продажу продукції і послуг;
- дозволяють зберегти клієнта, якого могли б втратити;
- повинні використовуватися для підвищення свідомості співробітників і поліпшення спілкування між відділами;
- удосконалюють навички співробітників і менеджерів, необхідні для поліпшення сервісу;
- дозволяють регулювати відносини між підлеглими і керівниками;
- коментарі гостей можуть використовуватися при оцінці роботи персоналу готелю;
- сприяють залученню вищого управлінського складу до розв'язання проблем готелю;
- допомагають контролювати стандарти постачальників;
- сприяють збільшенню прибутків тощо.

При розгляді скарг доцільно дотримуватися таких простих **правил** (див. додаток К):

1) слухати гостя треба співчутливо, з підкресленою увагою;

2) незадоволеного гостя (за можливості) необхідно ізолювати, щоб інші не чули його претензій;

3) гостя потрібно часто називати на ім'я та по батькові;

4) персоналу не варто заходити в номер поодинці, якщо гість розлючений;

5) готельний персонал не повинен давати обіцянок, які перевищують його повноваження;

6) слухаючи гостя, потрібно занотовувати основні моменти, фіксуючи які працівник вирішує, хто ще може підключитися до

розв'язання проблеми, а також демонструє увагу й акуратність в обслуговуванні гостей;

7) персонал повинен точно визначити час виконання прохання і повідомити про це гостеві;

8) обов'язково простежити за вирішенням питання у випадку її переадресації;

9) повідомити гостеві про розв'язання проблеми має той, хто прийняв заявку;

10) якщо проблема не може бути розв'язана, то персоналу варто визнати це якомога раніше;

11) у колективі регулярно повинні проводитися рольові ігри, на яких опрацьовуватимуться можливі конфліктні ситуації;

12) всі скарги повинні фіксуватися у відповідних журналах.

Зростання кількості скарг туристів в останні роки та аналіз їхнього змісту, утвердило в туристському і готельному бізнесі нове поняття – «*туристський рекет*», який може бути спричинений різними причинами (залежно від наявності чи відсутності правових підстав для невдоволення клієнтів):

– не було жодних порушень у діяльності готелю, проте очікування гостя від відпочинку не виправдалися;

– порушення в наданні послуг сталися через постачальників послуг готелю;

– у діяльності готелю були допущені певні відступи, передбачені договором (заміна номера або готелю, збої в екскурсійному обслуговуванні, ненадання харчування тощо);

– у діяльності готелю насправді існують серйозні порушення, за які він повинен відповідати перед клієнтами, проте претензії і вимоги, що висуваються до нього, сильно завищені;

– порушення сталися через необережність або недбалість самого гостя;

– гість вирішив «схитрувати», щоб окупити всі витрати, незважаючи на те, що відпочинок пройшов вдало.

Вирішення таких ситуацій відбувається завжди по-різному, що залежить від: поведінки персоналу готелю при розв'язанні конфлікту; соціального статусу клієнта – пред'явника претензії; органів, що розглядають скарги клієнтів; вимог гостей до готелю (ступінь їх розумності, обґрунтованості, наявність доказів шкоди тощо).

За будь-яких умов, непорозуміння, що виникає під час відпочинку, краще відразу спробувати вирішити на місці. Для цього гість повинен звернутися до співробітника готелю (який має можливості і повноваження) для негайного розв'язання проблеми. Якщо ж це неможливо, то клієнтові потрібно зафіксувати факт порушення своїх прав, **оформивши претензію** належно:

1) претензію оформляють у двох примірниках;
2) не варто перебільшувати того, що сталося;
3) спочатку зазначають те, що було обіцяно і сплачено, потім те, що реально надано;
4) бажано перерахувати працівників, які грубо чи недобросовісно виконували свої обов'язки, а також тих, хто намагався допомогти у вирішенні питання;
5) до претензії додається копія документа, що підтверджує її справедливість;
6) необхідно зазначити матеріальні витрати;
7) на завершення потрібно запропонувати варіанти, як готель зможе виправити ситуацію і задовольнити скаргу.

При виявленні недоліків при наданні послуги, споживач (відповідно до законодавства про захист прав споживачів) **має право вимагати** (на свій розсуд):

– безоплатного усунення недоліків наданої послуги;
– відповідного зменшення ціни за надану послугу;
– повторного виконання роботи;
– розірвання договору та відшкодування збитків;
– відшкодування витрат за усунення недоліків послуги своїми силами;
– компенсацію моральної шкоди.

Претензія надається в готель і реєструється в журналі вхідної документації (або під розписку відповідальної особи). Якщо у встановлений термін (10 днів після отримання претензії) гість не отримав відповіді або отримав таку, яка його не влаштовує, він може звернутися до уповноважених державних органів або суду.

Суд є надзвичайним заходом у вирішенні конфліктів і суперечок. Ведення судового процесу потребує багато часу та коштів на отримання юридичної допомоги. Юридична практика свідчить,

що більшість конфліктів і суперечок, які виникають у сфері туризму і готельної справи, усувається сторонами самостійно, без втручання державних судових органів, тобто на досудовому етапі регулювання суперечок, і має форму мирової угоди.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Назвіть категорії споживачів готельних послуг залежно від цілей та охарактеризуйте їхні потреби.

2. За якими ознаками виділяють категорії потенційних клієнтів?

3. Охарактеризуйте типи клієнтів, беручи до уваги типологію за активністю та емоційною чуйністю. Який із згаданих типів найменш проблемний для готельного підприємства?

4. Дайте характеристику типів клієнтів на основі аналізу їхнього способу життя. Чому ця типологія допомагає правильно сформувати готельний продукт?

5. Якими міркуваннями послуговуються клієнти при виборі конкретного готелю?

6. Дайте визначення поняття «культура сервісу». Назвіть основні складові культури сервісу.

7. Які знання з психології необхідні працівникам готельних підприємств? Як персонал впливає на клієнтів, застосовуючи психологічну тактику обслуговування?

8. Охарактеризуйте естетичну та організаційно-технологічну складові культури сервісу.

9. Назвіть якості, які повинні бути притаманні працівникам служби прийому і розміщення.

10. Опишіть алгоритм прийому гостей і продажу номерів. Як повинні діяти адміністратори готелю за відсутності вільних номерів?

11. Назвіть причини виникнення конфліктних ситуацій у готелях.

12. Охарактеризуйте дії «важких гостей» та рекомендації щодо поведінки персоналу у спілкуванні з ними.

13. Опишіть види скарг, які виділяють умовно у готельній справі.

14. Назвіть основні правила, яких потрібно дотримуватися при розгляді скарг.

15. Що таке «туристський рекет»? З яких причин гості можуть вдаватися до нього?

16. Як правильно оформити претензію відвідувача в готелі? Якими шляхами можна задовольнити претензії гостя на неякісне надання послуг?

Тести для самоперевірки

1. Якої категорії споживачів готельних послуг стосуються такі характеристики: харчуються в ресторанах і кафе, купують сувеніри, зазвичасно бронюють номери і послуги, схильні до імпульсивних покупок?

а) туристи; б) ті, хто на відпочинку;
в) ділові люди; г) організатори заходів;
д) ті, хто тільки ночує; е) молодята.

2. Якої категорії споживачів готельних послуг стосуються характеристики: висувають вищі вимоги до надання послуг, потребують додаткових послуг зв'язку і транспорту, часто є постійними клієнтами?

а) туристи; б) ті, хто на відпочинку;
в) ділові люди; г) організатори заходів;
д) ті, хто тільки ночує; е) молодята.

3. Яка категорія споживачів готельних послуг потребує усамітнення, висуває вищі вимоги до рівня комфорту і сервісу?

а) туристи; б) ті, хто на відпочинку;
в) ділові люди; г) організатори заходів;
д) ті, хто тільки ночує; е) молодята.

4. Для чого працівникам контактних готельних служб потрібно уявляти психологічні типи клієнтів?

а) спростити процес обслуговування клієнта;
б) максимально задовольнити запити і потреби;
в) збільшити доход підприємства;
г) всі відповіді правильні.

5. За якими підходами визначають психологічні типи клієнтів?

а) темпераментом; б) швидкістю прийняття рішень;
в) поведінкою; г) способом життя;
д) всі відповіді правильні.

6. Які типи клієнтів виділяють за такими параметрами поведінки, як активність та емоційна чуйність?*

а) «аналітик»; б) «ентузіаст»; в) «активіст»;
г) «добряк»; д) «критик»; е) «прагматик».

7. Який тип клієнта найкращий для готельного підприємства (за типологією на основі активності і емоційної чуйності)?

а) «аналітик»; б) «ентузіаст»; в) «активіст»; г) «добряк».

8. Якого типу гостя (за активністю та емоційною чуйністю) стосуються такі характеристики: повільний і неквапливий, одягнений посередньо, з недорозвиненим чи відсутнім почуттям гумору, обожнює деталі тощо?

а) «аналітика»; б) «ентузіаста»; в) «активіста»; г) «добряка».

9. Який тип гостя (за активністю та емоційною чуйністю) першим контактує з персоналом готелю, говорить швидко, голосно і довго та ін.?
а) «аналітик»; б) «ентузіаст»; в) «активіст»; г) «добряк».

10. Який тип гостя (за активністю та емоційною чуйністю) любить контролювати все, завжди зайнятий і трепетно ставиться до свого часу, нагадує начальника тощо?
а) «аналітик»; б) «ентузіаст»; в) «активіст»; г) «добряк».

11. Який критерій ліг в основу типології клієнтів В.А. Квартальнова?
а) темперамент; б) швидкість прийняття рішень;
в) поведінка; г) спосіб життя.

12. Який критерій типології клієнтів пов'язаний із потребами клієнта і мотивацією до вибору обслуговування?
а) темперамент; б) швидкість прийняття рішень;
в) поведінка; г) спосіб життя.

13. Який тип клієнта (за типологією Квартальнова) зайнятий найчастіше монотонною роботою з пристойним доходом, захоплюється дорогими авто, не плану життя на довгу перспективу і рішення про покупки приймає спонтанно?
а) занурений у себе шукач насолод;
б) активна й цілеспрямована особистість;
в) ділова особистість;
г) «сині комірці»;
д) традиційний домосід.

14. Який тип гостя (за активністю та емоційною чуйністю) обирає недорогі засоби розміщення для відпочинку і намагається отримати максимум комфорту?
а) занурений у себе шукач насолод;
б) активна й цілеспрямована особистість;
в) ділова особистість;
г) «сині комірці»;
д) традиційний домосід.

15. Який тип гостя (за активністю та емоційною чуйністю) є прихильником старих традицій, ніколи не ризикує, рахує кожну витрачену гривню і, як наслідок, вимагає в персоналу готелів пояснень щодо кожного пункту рахунку?
а) занурений у себе шукач насолод;
б) активна й цілеспрямована особистість;
в) ділова особистість;
г) «сині комірці»;
д) традиційний домосід.

16. Які міркування визначальні при виборі клієнтом готелю?
а) безпека;
б) економія коштів;
в) новизна й оригінальність готельного продукту;
г) комфортність;
д) престижність відпочинку в готелі;
е) популярність і репутація готелю;
є) вірність традиціям;
ж) всі відповіді правильні.

17. Як іншими словами називають «рівень етичних знань, моральних принципів і навичок працівників сервісу, які застосовуються при обслуговуванні клієнтів»?
а) сукупністю правил ввічливості;
б) культурою сервісу;
в) етикою поведінки;
г) всі відповіді правильні.

18. Який за типом темпераменту працівник успішно обслуговує клієнтів, проте не любить виконувати монотонні й одноманітні операції?
а) сангвінік; б) холерик; в) флегматик; г) меланхолік.

19. Який за типом темпераменту працівник незамінний при обслуговуванні великої кількості клієнтів, проте в напружених і конфліктних ситуаціях він погано володіє собою?
а) сангвінік; б) холерик; в) флегматик; г) меланхолік.

20. Який за типом темпераменту працівник врівноважений і витриманий, але не може працювати швидко, чим викликає роздратованість клієнтів?
а) сангвінік; б) холерик; в) флегматик; г) меланхолік.

21. Який етап відсутній у психологічній тактиці обслуговування?
а) заволодіння увагою гостя для зацікавлення пропонованою послугою;
б) стимулювання гостя до прийняття рішення скористатися послугою;
в) завершення процесу оформлення готельної послуги;
г) пропозиції додаткових послуг (екскурсійних, шопінг тощо).

22. Яка процедура процесу поселення ключова в готелі?
а) пропозиція вибору номера;
б) пропозиція додаткових послуг;
в) пропозиція видів харчування;
г) пропозиція екскурсійних послуг.

23. Як називають агресивно налаштованих гостей у готелі психологи?
а) «важкими гостями»; б) «скандалістами»;
в) конфліктними гостями; г) проблемними гостями.

24. Який тип агресивно налаштованих гостей перехоплює ініціативу і пригнічує свого співрозмовника?

а) конкурент; б) домінатор; в) місіонер; г) антагоніст.

25. Який тип агресивно налаштованих гостей любить повчати персонал готелю, має багато міркувань та ідей, які висловлює з поважним і зарозумілим виглядом?

а) конкурент; б) домінатор; в) місіонер; г) антагоніст.

26. З яких причин виникають претензії у практиці готельного бізнесу?

а) недостовірна реклама;

б) недосконала підготовка договірної документації;

в) недбале оформлення договірної документації;

г) невідповідність якості і набору послуг, що надаються, заявленим у договорі чи рекламі;

в) всі варіанти правильні.

27. Які категорії скарг виділяють у готельній справі?

а) невиконання чи неналежне надання готельних послуг;

б) несвоєчасне інформування гостей про зміни в умовах обслуговування;

в) недостовірна чи неточна інформація про готельний продукт;

г) складання та підписання договору, що утискає права споживача;

д) всі варіанти відповідей правильні.

28. Чому потрібно приділяти увагу розгляду скарг у готелях?

а) 91% незадоволених клієнтів більше ніколи не скористається послугами даного готелю;

б) незадоволені клієнти поділяться негативними враженнями як мінімум дев'яти співрозмовникам;

в) 54-70% гостей скористаються знову послугами готелю за умови задоволення претензій;

г) за умови швидкого задоволення скарг до 95% гостей повернуться;

д) всі відповіді правильні.

Список використаної літератури та інтернет-джерел

1. ДБН В.2.5-28:2018 Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення. URL: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2018/09/DBN_Osvitlennya-ostatochna.pdf.

2. ДБН В.2.2-20:2008. Державні будівельні норми України. Будинки і споруди. Готелі. URL: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/03/DBN-V.2.2-20-2008.pdf.

1. ДСТУ 4527-2006. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення». URL: https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/ДСТУ-4527.pdf.

2. ДСТУ 4269:2003. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів». URL: https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/ДСТУ-4269.pdf.

3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text.

4. Порядок використання та заповнення форм документів суворої звітності та первинного обліку у готелях України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0164-98#Text.

5. Hotel housekeeping 101: Tips and tricks for clean hotel rooms. URL: https://www.allianceonline.co.uk/blog/2019/06/hotel-housekeeping-101-tips-tricks-for-clean-hotel-rooms/.

6. PMS. URL: https://www.travelline.pro/about/technical-partners/pms/601295/.

7. SERVIO HMS для автоматизації готельного бізнесу. URL: https://expertsolution.com.ua/uk/modul-servio-hms.

8. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібн. Київ : Знання України, 2002. 358 с.

9. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание : учебн. пособие. Киев : ВИРА-Р, 2002. 252 с.

10. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Оснащение. Евроремонт. Эксплуатация : учебн. пособие. Киев : Дакор, ВИРА-Р, 2003. 334 с.

11. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация : учебн. пособие. Киев : ВИРА-Р, 2001. 208 с.

12. Банько В.Г. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів : навч. посібн. Київ : Дакор, 2008. 328 с.

13. Вбудований пилосос для готелів. URL: https://vacumaid.com.ua/statti/317-vbudovanyi-pylosos-dlia-hoteliv.

14. Вентиляція. Системи кондиціювання повітря у готелях, туристичних комплексах. URL: https://vseosvita.ua/library/lekcia-ventilacia-

sistemi-kondiciuvanna-povitra-v-gotelah-turisticnih-kompleksah-475844.html.

15. Види послуг в готелі. URL: https://wiki.otelms.com/uk/post/types-of-hotel-services/.

16. Волкова Д. С., Усатюк Е.М. Система SPG keyless или технология новых электронных ключей для гостиниц // Научный взгляд в будущее. Туризм и рекреация. 2016. Выпуск 1(1), Том 10. С. 111-114. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/27396 (10.11.2021).

17. Головко О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства : навч. посібн. / за ред. О.М. Головко. Київ : Кондор, 2011. 410 с. URL: https://pidru4niki.com/17590412/turizm/materialna_baza_dlya_zabezpechennya_roboti_animatsiynoyi_sluzhbi_goteliv.

18. Гудзовата О.О. Автоматизовані системи управління готелями. Торгівля, комерція підприємництво. 2013. Випуск 15. С. 94-98. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gudzovata.htm (11.12.2021).

19. Для чого потрібна система управління готелем? URL: https://a4.com.ua/dlya-chogo-potribna-sistema-upravlinnya-gotelem/.

20. Довгаль Г.В. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу. *Вісник ХНУ ім. В. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*». Вип. 9, 2019. С. 190-196. URL: file:///C:/Users/Acer/Downloads/14470-Текст%20статті-28649-2-10-20191027.pdf (10.11.2021).

21. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

22. Кравченко В.С., Саблій Л.А., Давидчук В.І., Кравченко Н.В. Інженерне обладнання будівель : Підручник. За ред. В.С. Кравченка. Рівне : НУВГП, 2005. 413 с.

23. Клієнти готелів: хто ваша цільова аудиторія? URL: https://wiki.otelms.com/uk/post/hotel-customers/.

24. Кондиціонування готелю, хостелу чи будинку відпочинку. URL: https://eko-prostir.com.ua/kondytsionuvannia-hoteliu-khostelu-chy-budynku-vidpochynku/.

25. Корж Н.В. Готельна справа : навч. посібн. / І. В. Левицька, Н. В. Онищук. Київ : КНТЕУ, Вінниця, ПП «ТД «Едельвейс і К» 2015. 580 с. URL: https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26667.pdf (10.11.2021)

26. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Москва : ЮНИТИ, 2003. 1063 с.

27. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібн. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.

28. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навч. посібн. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 368 с.

29. КСУ «HOTEL-2.3». URL: https://www.intes.by/solutions/oteli-sanatorii-spa-tsentryi/ksu-hotel-2-3.

30. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посібн. Київ : Кондор-Видавництво, 2014. 346 с. URL: https://pidru4niki.com/1584072060336/turizm/organizatsiya_gotelno-restorannogo_obslugovuvannya.

31. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Організація готельного обслуговування : підручник. Київ : Знання, 2011. 366 с.

32. Мальська М.П., Худо В.В. Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навч. посібн. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

33. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес : учебник [пер. с англ. А.В. Павлов]. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 239 с.

34. Найпопулярніші платіжні системи в світі. URL: https://crosspay.net/rejting-populyarnih-platizhnih-sistem-v-sviti/ (11.11.2021).

35. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посібн. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 346 с.

36. Норми освітленості готелів – нюанси. URL: http://stroyka-gid.com.ua/enziklopedia-znan/12612-normy-osvitlenosti-goteliv.html.

37. Обзор систем управления отелем: функции и возможности. URL: http://prohotelia.com/2012/01/hotels-pms/.

38. Організація обслуговування у малих готелях / Мунін Г.Б., Тимошенко З.І., Палеха Ю.І., Стамболов М.Д.; за заг. ред. проф. О.В. Шербенка. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2007. 181 с.

39. Організація прийому – розміщення – виїзду гостей у готелях і туристичних комплексах. URL: http://moodle.socosvita.kiev.ua/moodle-data/filedir/7e/78/7e78b0b7c4a79209c5eb805e271dbe07ac4f3add (11.11.2021).

40. Організація світла у готелях. URL: https://5watt.ua/uk/blog/statti/organizaciya-svitla-u-gotelyakh.

41. Правила бронювання. URL: https://gohotels.com.ua/uk/bookingterms (11.11.2021).

42. Проектування вентиляції готелів. URL: https://7-vz.com/ua/category/proektirovanie_zg/.

43. Проектування та монтаж системи опалення у готелях. URL: https://7-vz.com/ua/category/gostinicy_dv/.

44. Професії. Аніматор. URL: https://osvita.ua/proforientation/profession/75519/.

45. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібн. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

46. Роглєв Х.Й. Основи готельного менеджменту. URL: https://tourlib.net/books_ukr/roglev05-10.htm.

47. Рябєв А.А. Матеріально технічна база готелів і туркомплексів : Конспект лекцій з дисципліни. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 192 с. URL: http://eprints.kname.edu.ua/40602/1/2013%20печ.%20128Л%20по%20МТБГиТК%20укр.pdf.

48. Світильники для готелів. Як організувати освітлення, яке сподобається гостям? URL: https://maxus.com.ua/svetilniki-dlya-otelej-i-gostinic/.

49. Система «Отель 2.3». URL: https://interhotel.ua/interotel-dlya-oteley/.

50. Системи безпеки для готелів. URL: https://видеокамеры.com.ua/sustema_bezpeku_dlya_goteliv/.

51. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів : Вид-во Львів. комерційної академії, 2000. 246 с.

52. Стилі дизайну інтер'єру. URL: https://mauris-design.in.ua/styli-interyeru/.

53. Технологічне устаткування готелів, готельних комплексів : підручник / В. С. Гуць, О .А. Коваль, В. А. Русавська. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 568 с. URL: https://lira-k.com.ua/preview/12603.pdf.

54. Тимохіна Т.Л. Організація готельної діяльності : підручник. URL: https://stud.com.ua/65769/turizm/tehnologiyi_gotelnoyi_diyalnosti (11.10.2021).

55. Топ-5 трендів, які змінюють готельно-ресторанний бізнес. URL: https://soft-industry.com/uk/news/top-5-trendiv-scho-zminuyut-gotelno-restorannyy-biznes/ (12.12.2021)

56. Уніфіковані технології готельних послуг / за ред проф. В.К. Федорченка; Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. Київ : Вища шк., 2001. 237 с.

57. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство : учебник / пер. с англ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 607 с.

58. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посібн. / Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О. та ін.; за редакцією проф. Дорогунцова С.І. Київ : Ліра-К, 2005. 520 с.

59. Шведський стіл — що це таке, особливості організації шведського столу в готелі. URL: http://radka.in.ua/kulinariya/shvedskii-stil-shoce-take-osoblivo.html.

ДОДАТОК

Додаток А

ДСТУ 4527-2006
НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ
ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ
ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ
Терміни та визначення

Чинний від 2006-10-01
(Витяг із Стандарту)

1. СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

Терміни, встановлені цим стандартом, обов'язкові для вживання в усіх видах нормативних документів, що стосуються сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), для встановлювання категорій готелів та інших об'єктів, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), а також для робіт зі стандартизування. Для наукової, навчально-методичної та публіцистичної літератури терміни цього стандарту – рекомендовані.

2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

У цьому стандарті є посилання на такі нормативні документи:

ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. *ДСТУ 4269.2003* Послуги туристичні. Класифікація готелів. *ДСТУ 4281:2004* Заклади ресторанного господарства. Класифікація.

3. ЗАГАЛЬНІ ПОЯСНЕННЯ

3.1 Для кожного поняття встановлено один, а в окремих випадках – два застандартизовані терміни. Проте, використовуючи застандартизовані терміни, у межах одного документа треба вживати лише один із термінів-синонімів.

3.2 Подаючи встановлені цим стандартом визначення понять у інших нормативних і ненормативних документах, у разі потреби, їх можна змінювати, вводячи до них похідні ознаки, розкриваючи зміст поняття, зазначаючи об'єкти, що належать обсягові визначуваного поняття. Зміни повинні порушувати обсягу і змісту понять, визначених у стандарті.

4. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ

4.1 ***виконавець***

Підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які виконують роботи або надають послуги.

4.2 ***готельна послуга***

Дії виконавця з тимчасового розміщення споживача шляхом надання номера або місця для ночівлі, а також надання інших послуг, пов'язаних із тимчасовим проживанням у готелі або в аналогічному засобі розміщення.

Примітка. До інших послуг пов'язаних із тимчасовим проживанням, належать послуги з обслуговування в номері, харчування, збереження майна і багажу, а також інші, що надають споживачу відповідно до категорії готелю згідно з ДСТУ 4269.

4.3 ***заклад ресторанного господарства***

Організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів.

4.4 ***засіб розміщення***

Будь-який об'єкт, в якому виконавець регулярно або час від часу надає споживачеві послугу з тимчасового розміщення.

4.5 ***індивідуальний засіб розміщення***

Засіб розміщення, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; у цьому випадку всі одиниці розміщення (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок для відпочинку (дачу).

4.6 ***колективний засіб розміщення***

Засіб розміщення, в якому надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де кількість місць повинна перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін.

4.7 ***мінімальні зручності***

Обладнання та оснащення санітарного вузла та (або) санітарного об'єкта для задоволення першочергових санітарно-гігієнічних потреб.

4.8 ***номер (готелю)***

Окреме вмебльоване приміщення з однієї чи кількох кімнат оснащене обладнанням та інвентарем для надання послуг з тимчасового розміщення.

4.9 ***номерний фонд***

Загальна кількість номерів (місць) у засобі розміщення

4.10 ***послуга***

Наслідок безпосередньої взаємодії між виконавцем та споживачем і внутрішньої діяльності виконавця для задоволення потреб споживача.

4.11 ***послуга з тимчасового розміщення***

Діяльність виконавця з надання місця для ночівлі та санітарно-технічних зручностей споживачу.

4.12 ***регламентований режим***

Установлений у засобі розміщення розпорядок проживання за певними правилами. *Примітка*. Регламентуванню у засобі розміщення підлягає чергування харчування, відпочинку, сну, лікування, інших видів діяльності.

4.13 ***ресторанне господарство***

Вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

4.14 ***розміщення***

Забезпечування принаймні місцями для ночівлі та санітарно-технічними зручностями.

4.15 ***споживач***

Громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб.

4.16 ***тип засобу розміщення***

Сукупність загальних характерних ознак, притаманних засобу розміщення.

4.17 ***тип номеру***

Сукупність загальних характерних ознак, притаманних номеру.

4.18 ***умови для самостійного готування їжі***

Надання в користування обладнання та інвентарю, що дають змогу споживачеві самостійно готувати їжу та харчуватися.

5. КОЛЕКТИВНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ

5.1 ***готель***

Засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надавання готельних послуг. *Примітка* 1. До готелів та аналогічних засобів розміщення належать колективні засоби розміщання, що містять більш ніж сім номерів (ДСТУ 4268).

Примітка 2. Мінімальна кількість номерів певних типів, структура номерного фонду, інші вимоги до матеріально-технічного оснащування, номенклатури і якості надаваних послуг, рівня обслуговування у готелі (ДСТУ 4269).

5.2 ***агроготель***

Готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку.

5.3 ***акватель***

Готель, облаштований на кораблі, вилученому з експлуатації як транспортний засіб, і який перебуває на стаціонарній стоянці.

5.4 ***апартамент-готель; апарт-готель***

Готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами, у складі яких є кухня або функціональна зона з умовами для самостійного готування їжі.

5.5 ***база відпочинку.***

Аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку.

5.6 ***ботель***

Готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту. *Примітка*. Найпоширенішими плавзасобами для облаштування ботелю є дебаркадер, понтон, спеціально переобладнане судно, тимчасово вилучене з експлуатації.

5.7 ***будинок відпочинку***

Аналогічний готелю засіб розміщення, зазвичай цілорічного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, і який забезпечує умови дня відпочинку з надаванням послуг оздоровчо-профілактичного характеру у регламентованому режимі.

5.8 ***гостьовий будинок***

Аналогічний готелю засіб розміщення з умебльованими кімнатами та з мінімальними зручностями: здебільшого пропонують сніданок.

5.9 ***готельно-офісний центр***

Готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана і використовувана як офіси.

5.10 ***гуртожиток***

Засіб розміщення, як правило, відомчої підпорядкованості, до якої належать житлові кімнати, розташовані за коридорною (блочною) системою, і має умови для самостійного готування їжі з надаванням кухонного обладнання у спільне користування на поверсі.

5.11 ***дитячий табір***

Засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для активного відпочинку та оздоровлення дітей у регламентованому режимі.

5.12 ***кемпінг***

Засіб розміщення на огородженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів, караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування.

5.13 ***клуб-готель***

Готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають інші послуги переважно членам клубу.

5.14 ***конгрес-готель***

Готель, який має умови для організовування і провадження конгрес-заходів. *Примітка*. Найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори.

5.15 ***конгрес-центр; бізнес-центр***

Заклад, який спеціалізується на організовуванні та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгрес-заходів. *Примітка*. Найпоширеніші види конгрес-заходів: з'їзди, наради симпозіуми, виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори.

5.16 ***круїзне судно***

Транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу.

5.17 ***курортний готель***

Готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлювання.

5.18 ***мотель***

Готель, розташований за межами міста вздовж автошляху, як правило, в одно-двоповерховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для паркування й технічного обслуговування автомобілів.

5.19 ***готель-люкс***

Готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент, президентський апартамент.

5.20 ***готель-резиденція***

Готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб.

5.21 ***палац-готель***

Готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури.

Примітка. В окремих країнам цей тип має характерну назву, наприклад, у Франції – шато, в Іспанії – парадор.

5.22 ***пансіонат***

Аналогічний готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення, розташований у заміській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку. *Примітка*. Пансіонат із лікуванням — пансіонат, який має умови для надавання медичних і профілактичних послуг та лікування.

5.23 ***профілакторій***

Аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, призначений для організовування відпочинку та загального оздоровлювання, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб.

5.24 ***санаторій***

Готель, розташований на території курорту чи рекреаційної зони, який забезпечує надання послуг лікування у регламентованому режимі. *Примітка*. Види санаторіїв дитячий – для дітей від 6 до 18 років для дітей з батьками; однопрофільний; багатопрофільний; спеціалізований.

5.26 ***табір праці та відпочинку***

Засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснювання у регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку. *Примітка* 1. Дитячий табір праці та відпочинку – табір праці та відпочинку для дітей віком від 14 до 18 років. *Примітка* 2. У таборах

праці і відпочинку найпоширенішими видами діяльності є сільськогосподарська, археологічна, екологічна.

5.26 ***туристична база***

Аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для харчування та організовування активного відпочинку у регламентованому режимі. *Примітка*. Туристичними маршрутами з активними способами пересування туристів є гірський, лижний, водний, пішохідний.

5.27 ***туристичний комплекс***

Аналогічний готелю засіб розміщення з двох або більше будівель, в якому забезпечують надавання комплексу послуг: у більшості випадків надають послуги харчування, торгівлі, зв'язку та розважання. *Примітка*. Види туристичних комплексів: туристично-оздоровчий комплекс, спортивно-оздоровчий комплекс, дитячий оздоровчий комплекс, лікувально-оздоровчий комплекс.

5.28 ***туристичний потяг***

Транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні-ресторані.

5.29 ***гірський притулок***

Засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку. *Примітка 1*. Гірський притулок може бути з охороною або без неї. *Примітка 2*. Для сільської місцевості вживається термін «туристський притулок».

5.30 ***флотель***

Спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плавучий готель, де забезпечують надавання послуг активного відпочинку і розважання; може мати умови для проведення конгрес-заходів. *Примітка*. Найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари.

5.31 ***хостел***; ***молодіжний готель***

Готель, у якому номери, розташовані зазвичай за коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічні зручності на поверсі або у блоці; може організовувати харчування у закладі ресторанного господарства.

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ

6.1 ***бунгало***

Обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів оснащений інвентарем для самостійного готування їжі.

6.2 ***гостьова квартира***

Засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні житлового будинку з однієї або кількох кімнат, кухні та санітарно-технічного вузла.

6.3 ***гостьова кімната***

Засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні гостьової квартири у житловому будинку, де надають мінімальні зручності та здебільшого пропонують сніданок.

6.4 ***дача***

Неосновне житло приватної особи у рекреаційній зоні, використовуване нею для надавання послуг з тимчасового розміщування з метою відпочинку.

6.5 ***караван***

Мобільний автопричіп, обладнаний для розміщення та готування їжі.

6.6 ***збірно-розбірний караван***

Караван, який можна монтувати, демонтувати на місці та перевозити автотранспортним засобом.

6.7 ***караван-будиночок***

Караван, використовуваний переважно у стаціонарному режимі, або пересувний, розташований переважно на території кемпінгу і може бути під'єднаний до інженерної мережі забезпечування життєдіяльності. *Примітка*. В практичній діяльності поширеними є терміни «стаціонарний караван», «мобільний пересувний будиночок», «караван для відпочинку».

6.8 ***котедж***

Заміський засіб розміщення із однієї або кількох кімнат для тимчасового проживання однієї чи кількох сімей або осіб, з окремими входами для кожної з них.

6.9 ***намет***

Укриття, вироблене з тканини, яке можна монтувати і демонтувати на місці, переносити та перевозити транспортним засобом.

6.10 ***намет-причіп***

Намет, змонтований на автопричепі.

6.11 ***сільський будинок***

Приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги харчування або умови для самостійного готування, їжі переважно із продуктів особистого селянського господарства.

6.12 ***фермерський будинок***

Сільський будинок, розташований на території фермерського господарства.

7. ТИПИ НОМЕРІВ

7.1 ***президентський апартамент***

Номер із трьох і більше житлових кімнат, міні кухні або кухонної

ніші, одного повного та одного чи більше додаткових санвузлів для гостей, розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка* 1. Номер тилу «президентський апартамент» містить такі житлові кімнати: спальня, кабінет, вітальня або їдальня. *Примітка* 2. У номері типу «президентський апартамент» повний санвузол містить умивальник, ванну або джакузі, душ, унітаз, біде.

7.2 ***апартамент***

Номер з двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів для гостей: розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка* 1. Номер типу «апартамент» містить такі житлові кімнати: спальня, вітальня або їдальня, або кабінет. *Примітка* 2. У номері типу «апартамент» повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз.

7.3 ***люкс***

Номер із двох і більше житлових кімнат та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка* 1. Номер тилу «люкс» містить такі житлові кімнати: спальня, вітальня або кабінет. *Примітка* 2. У номері типу «люкс» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ, унітаз.

7.4 ***дуплекс***

Двоповерховий номер з двох і більше житлових кімнат із внутрішніми стаціонарними сходами, та повним санвузлом; розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка*. У номері типу «дуплекс» повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз.

7.5 ***напівлюкс***; ***студіо***

Номер з однієї житлової кімнати з плануванням, яке дає змогу використовувати частину приміщення як вітальню або місце для готування та приймання їжі, та повного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка*. У номерах типу «напівлюкс» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз.

7.6 ***стандарт*** (назва номера); ***номер першої категорії***

Номер з однієї житлової кімнати та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка*. У номерах типу «стандарт» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз.

7.7 ***номер другої категорії***

Номер з однієї житлової кімнати та неповного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. *Примітка*. У номерах другої категорії неповний санвузол містить умивальник та унітаз.

7.8 ***номер третьої категорії***

Номер з однієї житлової кімнати і неповного санвузла; розрахований на проживання трьох і більше осіб. *Примітка*. У номерах третьої категорії неповний санвузол, містить умивальник та унітаз.

7.9 ***номер четвертої категорії***

Номер, з однієї житлової кімнати з умивальником, розрахований на проживання трьох і більше осіб.

7.10 ***номер п'ятої категорії***

Номер однієї житлової кімнати без санітарно-технічних зручностей, розрахований на проживання трьох і більше осіб. *Примітка.* У готелях та аналогічних засобах розміщення, що мають номери п'ятої категорії санвузол розміщено на коридорі.

7.11 ***суміжні номери***

Два і більше номерів, сполучені між собою дверима, і які можуть мати спільний передпокій, спільний чи окремі санвузли.

7.12 ***одномісний номер***

Номер, призначений для розміщування однієї особи та оснащений одним односпальним ліжком. *Примітка*. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру SNGL, яка походить від англійського слова «single». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

7.13 ***двомісний номер з одним двоспальним ліжком***

Номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком. *Примітка*. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують – абревіатуру DBL, яка походить від англійського слова – «double». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

7.14 ***двомісний номер з двома односпальними ліжками***

Номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками. *Примітка*. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру TWN, яка походить від англійського слова «twin». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

7.15 ***багатомісний номер***

Номер, призначений для розміщування трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які проживають.

8. ТИПИ ТАРИФІВ

8.1 ***«лише номер», «розміщення без харчування»*** («room only»)

Тариф, до якого включено лише вартість послуг з тимчасового розміщення. *Примітка*. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру ОА, яка походить від англійських слів «only accommodation». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах в світовій практиці.

8.2 ***«ліжко та сніданок»*** («bed and breakfast»)

Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та сніданку.

Примітка 1. Сніданок організовують, як правило, за типом –«шведський стіл».

Примітка 2. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру B&B, яка походить від англійських слів «bed and breakfast». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

8.3 ***напівпансіон*** (half board)

Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та дворазового харчування на вибір – сніданок, обід або вечеря.

Примітка. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру HB, яка походить від англійських слів «half board». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

8.4 ***повний пансіон*** (full board)

Тариф, до якого включено ціну послуг часового розміщення та не менше як триразового харчування – сніданок, обід, вечеря.

Примітка. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру FB, яка походить від англійських слів «full board». Абревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

8.5 ***«усе включено»*** («all inclusive»)

Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення, харчування та напоїв, а також користування усіма іншими наявними зручностями та послугами у засобі розміщення.

Примітка. У спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру AL, яка походить від англійських слів «all inclusive». Абревіатуру рекомендовано використовувати а юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці.

9. ТИПИ ЛІЖОК

9.1 ***односпальне ліжко***

Ліжко для однієї особи.

9.2 ***двоспальне ліжко***

Ліжко для двох осіб з одним або двома матрацами. *Примітка*. Два односпальних ліжка, з'єднані разом, не є двоспальним ліжком.

9.3 ***дитяче ліжко***

Ліжко для немовляти або маленької дитини з високими боковими стінками. *Примітка*. Маленькою вважають дитину до двох років.

9.4 ***двоярусне ліжко***

Два ліжка, розташовані одне над одним та з'єднані драбинкою з відстанню до стелі від верхнього ліжка не менше ніж 75 см.

Додаток Б

ДСТУ 4269:2003
Національний стандарт України
ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ.
КЛАСИФІКАЦІЯ ГОТЕЛІВ
Чинний від 2004-07-01

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 «32**», 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.

4.3. У готелі потрібно створити умови, щоб убезпечити 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. Проєктуючи 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
І. Облаштування території, зовнішні елементи благоустрою						
1.	***Вивіска*** 1) із зовнішнім освітленням або така, що світиться;	×	×			
	2) така, що світиться, з емблемою			×	×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
2.	***Вхід до готелю*** 1) до вестибюля, 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 ресторанних 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) огороджувальне 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;	10	20	20	30	50
	2) додаткова площа ($м^2$) на кожний номер понад 50	0,2	0,3	0,5	0,8	1,0

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
8.	***Служба приймання та зона відпочинку*** 1) - меблі (крісла, дивани, стільці, столи, журнальні столики); - спеціальний покрив підлоги (граніт, мозаїка, оздоблювальна плитка);	×	×	×	×	×
	2) - меблі гарнітурні для відпочинку; - оздоблення підлоги і 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/м^2);			×	×	
	3) - меблі для відпочинку гарнітурні, виготовлені на замовлення, особливого дизайну; - оздоблення підлоги і стін натуральними матеріалами вищої 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/м^2);					×
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			×	×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
12.	***Реєстрація*** з використанням сучасного технічного устаткування (якщо кількість номерів > ніж 30)				×	×
13.	***Холи (салони)*** на поверхах			×	×	×
14.	***Приміщення*** або частина приміщення ***для переглядання телепередач***	×	×			
ІІІ. Загальне технічне устаткування						
15.	***Аварійне освітлення*** (ліхтарі, акумулятори) або централізоване аварійне енергопостачання	×	×			
16.	***Стаціонарний генератор***, що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів упродовж не < 24 годин (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання			×		
17.	***Стаціонарний генератор,*** що забезпечує освітлення громадських, житлових приміщень і роботу ліфтів, холодильних установок, кухонного устаткування, обробки та подавання води упродовж не < 24 год. (у місцевості, де не можна забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання				×	×
18.	***Резервуар для запасу води*** щонайменше на добу у районах із можливими перебоями у водопостачанні	×	×	×	×	×
19.	***Резервна система гарячого водопостачання*** на час аварій чи профілактичних робіт			×	×	×
20.	***Кондиціювання приміщень спільного користування*** (вестибулю, приміщень для культурних чи ділових заходів):					
	1) кондиціювання або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %;			×		
	2) кондиціювання				×	×

1	2	3	4	5	6	7
21.	***Кондиціювання житлових приміщень*** 1) кондиціювання або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 до 22ºС і вологості від 45 % до 60 %;				×	
	2) кондиціювання					×
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 сек; - 45 сек;			 ×	×	×
	6) цілодобова робота ліфта або ескалатора	×	×	×	×	×
25.	***Вантажний ліфт*** (якщо кількість номерів більша ніж 30)				×	×
26.	Не менше одного ліфта на кожні 60 номерів (у нових і реконструйованих готелях)				×	×

Продовження додатка Б

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 вестибюлі в кабіні або під акустичним ковпаком – міський, міжміський, міжнародний	×	×	×	×	×
IV. Номерний фонд						
28.	***Місць*** 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;	8	9	10	12	14
	2) двомісні;	10	12	14	15	16
	3) тримісні;	14	16			
	4) чотиримісні;	16	18			
	5) для номерів, в яких кількість ліжок більша чотирьох, до площі чотиримісного номера додається на кожного наступного гостя 4,5 м^2;	×	×			
	6) допущено відхилення не більше ніж на 10% житлової площі номерів, за умови збільшеної площі інших частин номера (ло-	×	×	×		

	джія 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					×
37.	***Освітлення***					
	1) загальне освітлення кімнати;	×	×	×	×	×
	2) світильник біля кожного ліжка;	×	×	×	×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
	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					×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
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)	×	×	×	×	×
47.	***Комплект постільних речей і білизни***: - матрац із наматрацником; - дві подушки; - ковдра, додаткова ковдра, покривало на ліжко; - 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 <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	×	×	×	×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
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				×	×
63.	***Швацький набір*** (голка, нитки)			×	×	×
64.	***Щітки*** для одягу і взуття	×	×	×	×	×
65.	***Склянки*** на кожного гостя	×	×	×		
66.	***Набір посуду*** для питної води, чаю та міні-бару				×	×
67.	***Вода мінеральна*** або столова (0,2 л на гостя щоденно)				×	×
68.	***Попільничка***	×	×	×	×	×
69.	***Ключ скомбінований*** (для відкривання пляшок)	×	×	×	×	×
70.	***Інформаційні матеріали*** 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.	***Набір письмового приладдя*** (конверти, поштовий папір, ручка, олівець)			×	×	×
72.	***Ярлики*** «Прошу не заважати», «Можна прибирати»	×	×	×	×	×
73.	***Пакети*** для пральні та хімчистки			×	×	×
74.	***Протипожежна інструкція та інструкція*** щодо дій в екстремальних умовах	×	×	×	×	×

1	2	3	4	5	6	7
VII. Санітарне устаткування номера						
75.	***Кількість номерів*** із повним санвузлом (умивальник, унітаз, ванна або душ) У нових готелях – 100 % незалежно від категорії	25 %	50 %	100 %	100 %	100 %
76.	Площа санвузла повинна бути достатньою для вільного переміщування по ньому та дозволяти безпечне і комфортне 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 душова 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);					×
	13) туалетні речі на кожного гостя (замінюють 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 кабіни, 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 кабіни, туалетна кабіна, умивальник із дзеркалом та поличкою для туалетних речей, гачки для одягу, кошики для сміття з вогнетривкого матеріалу	×	×			
IX. Приміщення для надавання послуг харчування						
82.	***Ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна –*** щонайменше один об'єкт із вищеперерахованих		×			

Продовження додатка Б

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				×	×
X. 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 вищеназваного (обов'язково для готелів 3*, розташованих у курортно-рекреаційній зоні);			×	×	×
	2) плавальний басейн					×

Продовження додатка Б

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)			×	×	×
XI. П о с л у г и						
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.	***Заправляння 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			×	×	×
105.	***Прання*** 1) повернення білизни впродовж 24 годин;	×	×	×		
	2) повернення білизни впродовж 12 годин				×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
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-, аудіоустаткування			×	×	×
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 проводів*** (в аеропорту, на вокзалі тощо)				×	×
117.	***Виклик таксі***	×	×	×	×	×
118.	***Оренда*** *(прокат) автомобіля*				×	×
119.	***Паркування*** автомобіля персоналом готелю та подання з гаража (зі стоянки) до під'їзду автомобіля гостя					×
120.	***Бронювання квитків*** на різні види транспорту			×	×	×

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
121.	***Бронювання і (або) продаж*** квитків до театру та на інші розважальні заходи		×	×	×	×
122.	***Туристичні послуги*** (туристична інформація, екскурсії, гіди-перекладачі тощо)			×	×	×
123.	***Прокат*** спортивного та відпочинкового інвентарю для готелів, розташованих у курортно-рекреаційній зоні			×	×	×
124.	***Виклик швидкої допомоги***, користування аптечкою першої допомоги	×	×	×	×	×
XII. 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				×	×
XIII. 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 убезпечення 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, підтверджене документом про відповідну освіту (як мінімум закінчення спеціальних курсів)			×	×	×
	3) 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	×	×	×		

Продовження додатка Б

1	2	3	4	5	6	7
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 характерними 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 і рушники повинні бути якісні, без пошкоджень.

Санвузли повинні бути оснащені справним устаткуванням, стіни і підлога вкриті водонепроникним матеріалом.

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 проєктом і він має невиразний 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-проєкту, 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 В

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 заправлянням 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 заправлянням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів;

➢ ***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, пізнє 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, абоануляція 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 та-

кож 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 укладати 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.

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 послу***г:

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

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 установленої 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 укладеного 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 послузі, 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 в 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 Г

ДБН В.2.2-20:2008
ДЕРЖАВНІ БУДІВЕЛЬНІ НОРМИ УКРАЇНИ
Будинки і споруди
ГОТЕЛІ

Дата введення 2009-04-01
(Скорочено)

1. СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

1.1 Ці Норми поширюються на розроблення проєктів нових і реконструкцію існуючих готельних будинків і комплексів, а також готелів, що входять до складу багатофункціональних будинків і будинків іншого призначення. Готелі відносяться до колективних засобів розміщення згідно з визначенням ДСТУ 4527.

Вимоги цих Норм поширюються на всі типи будинків готелів (мотелів) місткістю більше ніж 7 номерів і умовною висотою не більше 73,5 м. Проєктування готелів більшої поверховості (умовної висоти) повинно проводитися відповідно до затверджених завдань на проєктування з урахуванням вимог цих Норм та НАПБ Б.07.025.

1.2 Ці Норми встановлюють основні положення і загальні вимоги до організації територій готелів (мотелів) і готельних комплексів, до окремих функціонально-планувальних елементів будинків, інженерного обладнання та комплексу безпеки.

1.3 Вимоги цих Норм є обов'язковими для юридичних і фізичних осіб - суб'єктів інвестиційної діяльності на території України незалежно від форм власності та відомчої належності.

1.4 Вимоги цих Норм не поширюються на проєктування, будівництво та реконструкцію інших колективних засобів розміщення, у тому числі готелів, які розташовані на плавзасобах (акватель, ботель, круїзне судно), та індивідуальних засобів розміщення (див. терміни - **колективні та індивідуальні засоби розміщення);** унікальних готельно-туристичних комплексів; готелів, розташованих у некапітальних (тимчасових, мобільних, збірно-розбірних та інших аналогічних, визначених згідно з ДБН В. 1.2-2, ГОСТ 4.252, ГОСТ 27751) будинках, а також готелів, що не використовують обслуговуючого персоналу (повністю автоматизовані будинки).

3. ТЕРМІНИ І ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

3.1 блок культурно-дозвіллєвого призначення

Структурна одиниця приміщень громадського призначення готелю, яка включає культурно-видовищні та дозвіллєві заклади різного типу: кінотеатри, зали для глядачів, клубні та ігрові комплекси та приміщення тощо.

3.2 вестибюльна група приміщень

Приміщення прийому і реєстрації, гардеробу, камери схову, охорони, відділення зв'язку, адміністрації, обмінного пункту валюти тощо.

3.3 готель

Один із засобів розміщення, будинок або комплекс приміщень для тимчасового розміщення (проживання). Має номерний фонд, службу прийому, інші служби, що забезпечують надання готельних послуг.

3.4 готельний комплекс

Кілька будинків різного функціонального призначення, пов'язаних із наданням готельних послуг, що розміщені на загальній земельній ділянці.

3.6 колективний засіб розміщення

Засіб розміщення, в якому надають місце для ночівлі в приміщенні для груп осіб більше ніж одна сім'я. До колективних засобів розміщення відносяться згідно з ДСТУ 4527: готель, агготель, акватель, апартамент-готель, апарт-готель, база відпочинку, ботель, будинок відпочинку, гостьовий будинок, готельно-офісний комплекс, кемпінг, клуб-готель, конгрес-готель, конгрес-центр, бізнес-центр, круїзне судно, курортний готель, мотель, готель-люкс, готель-резиденція, палац-готель, туристична база, туристичний комплекс, туристичний потяг, гірський притулок, флотель, хостел, молодіжний готель та інші.

3.8 ліхтар верхнього світла (зенітний ліхтар)

Конструкція зі світлопропускаючого матеріалу, що вбудовується в конструкції покриття.

3.9 мотель

Готельний комплекс, що складається з готелю і майданчика або гаража-стоянки для тимчасового зберігання легкових автомобілів. Розміщується за межами міста вздовж автошляхів, як правило, в одно- двоповерховому будинку або в частині будинку з окремим входом. Окрім умов для паркування, може надавати послуги з технічного обслуговування автомобілів.

3.12 підприємства харчування

Ресторани, кафе, їдальні, бари та інші разом з їх виробничими і складськими приміщеннями.

3.15 приоб'єктні готелі

Готелі при ділових центрах, великих транспортних вузлах, у т.ч. при вокзалах і аеропортах, підприємствах, клубах та інші змішані типи, у яких використовуються для потреб готелів площі, приміщення, споруди і обладнання підприємств і установ, що обслуговуються, з відповідним скороченням власних площ, приміщень, споруд і обладнання.

3.17 світлопропускаюче покриття

Покриття, що складається з несучих конструкцій і огорожі зі світлопропускаючих елементів або з самонесучих світлопропускаючих елементів.

3.18 унікальний готельно-туристичний комплекс

Готельно-туристичний комплекс, розташований в архітектурно-історичній пам'ятці, у зоні історичної забудови, у природно-охоронній зоні, а також готель, визначений згідно з ДСТУ 4527, як готель-люкс, готель-резиденція, палац-готель.

4. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

4.1 При проєктуванні готелів слід керуватися вимогами щодо висот приміщень, протяжності та ширини коридорів і сходів, викладеними в ДБН В.2.2-9, ДБН В.2.2-15, ДБН В.1.1-7.

4.2 Місткість готелів визначається завданням на проєктування з урахуванням положень ДСТУ 4268, ДСТУ 4269.

4.3 Рівень комфорту готелів визначається за категоріями, які характеризуються матеріально-технічною оснащеністю і рівнем послуг, що надаються, та позначається символом: * (зірка). Згідно з вимогами ДСТУ 4269 готелі класифікують за п'ятьма категоріями від вищої до нижчої – 5*, 4*, 3*, 2*, 1*.

4.4 Вимоги до проєктування готелів із рівнем комфорту вище категорії 5* визначаються завданнями на проєктування з урахуванням вимог цих Норм.

5. РОЗМІЩЕННЯ БУДИНКІВ, ЗЕМЕЛЬНІ ДІЛЯНКИ

5.1 Ділянка, що пропонується для розміщення готелю, повинна відповідати вимогам санітарно-епідеміологічних правил і гігієнічних нормативів щодо рівнів природних та штучних радіонуклідів, вмісту потенційно небезпечних для людини хімічних і біологічних речовин у повітрі, ґрунті, негативних фізичних факторів (шум, вібрація, інфразвук, електромагнітні поля тощо) та інших.

5.2 Площа ділянки визначається завданням на проєктування або проєктом з урахуванням умов розміщення, характеру міського середовища, функціонального складу і категорії готелю. Земельна ділянка для розміщення готелю повинна забезпечити можливість облаштування (розміщення ділянки відпочинку, господарських ділянок і гостьових стоянок автотранспорту) та озеленення .

5.3 При проєктуванні готелів і готельних комплексів (крім мотелів) їх ділянки рекомендується розміщувати в пішохідній доступності від зупинок громадського транспорту (у радіусі 700 м).

5.4 Мотелі слід розміщувати переважно на крупних транзитних магістралях, що сполучають поселення.

5.5 У складі ділянки готелю (мотелю) повинні бути передбачені:

- упорядковані майданчики перед входами в приміщення громадського і житлового призначення (з розрахунку не менше 0,2 м^2 на одного проживаючого);
- майданчики для стоянки автомобілів;
- майданчики для тимчасового паркування автомобілів і автобусів для висадки та посадки пасажирів;
- внутрішні наскрізні проїзди, під'їзди до головного та інших входів до готелю.

5.6 Необхідність розміщення на ділянці спортивних і дитячих майданчиків, а також зимових садів, оранжерей, зелених партерів та інших зон відпочинку і дозвілля визначається завданням на проєктування або проєктом.

5.7 Гаражі та стоянки автомобілів при готелях слід проєктувати з урахуванням вимог ДБН 360, ДБН В.2.2-9, ДБН В.2.3-15, ВСН 01. Площа відкритих автостоянок, що не охороняються, до площі ділянки готелю не включається.

При готелях категорії 4* і вище повинні передбачатися автостоянки, що охороняються. Кількість місць на автостоянках (згідно з ДСТУ 4269) залежно від категорії готелю (мотелю) приймається не менше зазначених у таблиці 1 (у % від кількості номерів).

Кількість місць на автостоянках готелів для обслуговуючого персоналу розраховується згідно з вимогами ДБН 360 та завданням на проєктування.

Кількість місць на автостоянках готелів, що мають у своєму складі відкриті для сторонніх відвідувачів підприємства харчування, побутового обслуговування і торгівлі, культурно-масового призначення, рекомендується збільшувати з урахуванням потужностей цих підприємств згідно з завданням на проєктування.

Таблиця 1. *Кількість місць на автостоянках залежно від категорії готелю (мотелю)*

Види готелів	Кількість місць, %, від кількості номерів при готелях категорій:				
	1*	**2***	**3***	**32***	**32****
Готелі	20	20	20	25	25
Мотелі	100	100	100	100	100

5.8 Відстань між житловими корпусами (будинками) готелів та автостоянкою слід приймати згідно з вимогами ДБН 360 та ДСП 173.

5.9 Відкритий майданчик для короткочасної стоянки біля головного входу проєктується з розрахунку одночасного розміщення не менше

п’яти автомобілів.

5.10 Площу ділянки для стоянки одного автомобіля на автостоянках слід приймати відповідно до вимог ДБН В.2.3-15.

5.11 На ділянках готелів повинні бути передбачені індивідуальні стоянки для інвалідів (із розрахунку 10 %, але не менше одного машино-місця), максимально наближені до входу у будинок, і спеціальні пристрої (пандуси, підйомники), що забезпечують доступність для маломобільних груп населення громадських зон будинків і території готелю.

5.12 При проєктуванні багатофункціональних комплексів, що включають готелі, слід передбачати розміщення стоянок із розрахунку забезпечення потреби в машино-місцях для паркування автомобілів осіб, що працюють, проживають і відвідують комплекс.

5.13 У підземних, підвальних і цокольних поверхах готелів допускається розміщення стоянок для зберігання і паркування легкових автомобілів.

5.14 У готелях при вантажних терміналах та інших готелях, що обслуговують вантажні автомобільні потоки, слід передбачати автостоянки (пункти відстою) вантажного автотранспорту, кількість місць на яких встановлюється завданням на проєктування, проєктом або відповідним обґрунтуванням.

6. ОБ'ЄМНО-ПЛАНУВАЛЬНІ РІШЕННЯ

6.1. Функціонально-планувальні вимоги до структури будинків готелів та їх окремих елементів

6.1.1 До складу готелів можуть входити такі групи приміщень і служб: приймально-вестибюльна, житлова, культурно-дозвіллєва, фізкультурно-оздоровча, медична, підприємств побутового обслуговування і торгівлі, підприємств харчування, ділової діяльності, адміністрації і служб експлуатації, приміщень обслуговування, вбудовано-прибудованих підприємств і закладів.

Наявність житлової та приймально-вестибюльної груп приміщень є **обов’язковою**. Склад додаткових приміщень, що підвищують комфорт готелю, не нормується і приймається згідно із завданням на проєктування або за проєктом.

Житлова частина будинків готелів (номерний фонд) повинна бути функціонально і планувально відокремленою.

У випадку розташування приміщень готелів у складі багатофункціональних будинків, а також у випадках блокування приміщень готелів з іншими підприємствами та установами готелі повинні бути планувально відокремлені, ізольовані та забезпечені самостійними входами і комунікаціями (вертикальними і горизонтальними).

6.1.2 Номери повинні розташовуватися в зоні мінімального впливу шуму, що спричиняє транспорт і інженерне обладнання готелю, і бути ізольовані від шумів і запахів із кухні. У житлових приміщеннях готелів не повинні порушуватись гігієнічні нормативи фізичних, хімічних та біологічних факторів, що створюються джерелами, розміщеними у вбудованих громадських приміщеннях.

6.1.3 Розміщення житлових приміщень у підземних, підвальних і цокольних поверхах не допускається.

6.1.4 Просторова структура готелів повинна забезпечувати чіткий поділ потоків гостей, обслуговуючого персоналу і відвідувачів блоків громадського призначення, що працюють на населений пункт, де розміщується готель.

При проєктуванні необхідно виключити суміщення і перетин господарських і виробничих маршрутів з маршрутами проживаючих і відвідувачів.

6.1.5 При включенні до складу готелю груп приміщень громадського призначення, що працюють на населений пункт, де розміщується готель, для них слід передбачати ізольовані входи з вулиці.

6.1.6 У готелях повинні бути забезпечені умови доступу і проживання інвалідів, що пересуваються на кріслах-колясках. При цьому необхідно передбачати резерв одно- і двомісних номерів з відповідним обладнанням, шириною проходів і дверних прорізів, а також пристрої для безперешкодного пересування інвалідів по горизонтальних і вертикальних комунікаціях.

Ґанки основних входів повинні обладнуватися пандусами з уклоном не більше 1:12. Ґанки і пандуси з висотою верхньої позначки від землі більше 0,45 м повинні мати огорожу.

Система відчинення, фіксації і зачинення дверей центрального входу повинна також забезпечувати інвалідам на кріслах-колясках безперешкодний вхід до будинку готелю.

6.1.7 Входи до будинків готелів необхідно обладнувати пристроями для захисту від атмосферних опадів.

6.1.8 Розсувні та обертові двері повинні дублюватися двостулковими дверима, які задовольняють умови.

6.1.9 Основні входи до готелів повинні мати тамбури. Другорядні входи допускається обладнувати подвійними дверима, що відчиняються в напрямку виходу.

6.1.10 У готелях місткістю більше 300 місць категорій 3* і вище необхідно, а в готелях меншого комфорту і місткості з організованим заїздом рекомендується передбачати багажні входи та вестибюлі (додаток

Б). Рекомендується обладнувати їх засобами механізації, що забезпечують переміщення багажу від автомашини до ліфта або до будь-якої іншої проміжної точки.

6.1.11 Без природного освітлення не допускається проєктувати апартаменти, житлові, службові та адміністративні приміщення з постійним режимом роботи. Допускається розміщення службових та адміністративних приміщень у підвальних і підземних поверхах за умови забезпечення природного освітлення за допомогою інженерних пристроїв (світловодів тощо).

6.2 Житлові приміщення

6.2.1 До групи житлових приміщень входять житлові кімнати, приміщення поповерхового обслуговування, приміщення громадського призначення (вітальні, дитячі кімнати тощо). У готелях категорій 4* і 5* до групи житлових приміщень рекомендується включати приміщення інформаційного сервісу (телефакс, телетайп, множильна техніка тощо).

6.2.2 Типи номерів готелів, їх співвідношення і площі, сантехнічне та електрообладнання номерів рекомендується проєктувати згідно з додатком А.

6.2.3 Номери для інвалідів на кріслах-колясках, з дефектами зору та незрячих рекомендується розміщувати на першому поверсі. Кількість таких номерів визначається завданням на проєктування; площі допускається збільшувати на 20 % проти зазначених у додатку А.

6.2.4 Номери можуть проєктуватися в складі однієї житлової кімнати та санітарного вузла або доповнюватися передпокоєм, гардеробною. Допускається об'єднання двох і більше суміжних номерів, а також улаштування при номерах кабінетів для індивідуальної роботи.

6.2.5 Номери підвищеної комфортності (апартаменти, президентські, люкс, дуплекс) слід проєктувати в складі двох і більше житлових кімнат, а також не менше двох санітарних вузлів. Склад інших додаткових приміщень і обладнання, включаючи кухонне, визначається завданням на проєктування. Рекомендується влаштування барної стійки, що прилягає до вітальні.

У складі апартаментів допускається передбачати приміщення для помічників (житлову кімнату, службову кімнату із шафами, санвузол). Допускається проєктування апартаментів (типу «дуплекс») у 2-х рівнях.

Склад приміщень апартаментів квартирного типу встановлюється завданням на проєктування.

6.2.6 Усі номери повинні мати вбудовані шафи для верхнього одягу, білизни, багажу, розміщені в передпокої або житловій кімнаті, із мінімального розрахунку 1 шафа (0,60 м х 0,55 м) на 1-го проживаючого.

Допускається заміна вбудованих шаф корпусними меблями.

У номерах з кількістю кімнат три і більше при спальних приміщеннях слід передбачати гардеробні площею не менше 6 м^2.

6.2.7 Санітарно-технічне обладнання номерів готелів різних категорій, загальних санвузлів на житлових поверхах, а також мінімальні площі наведено у додатку А.

6.2.8 Усі номери готелю повинні мати природне освітлення з освітленістю житлових приміщень. Час інсоляції номерів не лімітується. Номери, орієнтовані на сектор горизонту 190-270°, повинні мати сонцезахисні пристрої, які у рівні 2-3 поверхів можуть бути замінені захисним озелененням.

6.2.9 Висоту житлових приміщень готелів слід приймати не менше зазначеної в ДБН В.2-2-15.

Висота допоміжних приміщень номерів повинна бути не менше 2,1 м. Ширина номерів готелів повинна бути не менше 2,4 м. Ширина передпокою номерів повинна бути не менше 1,1м.

6.2.10 У номерах і вітальнях допускається влаштування лоджій і балконів з висотою огорожі не менше 1,2 м. Глибина балконів повинна бути не менше 1,2 м, лоджій - 1,4 м.

6.2.11 Внутрішні сходи номерів повинні відповідати вимогам ДБН В.2.2-15. Сходи допускається передбачати дерев'яними із забіжними сходинками. Влаштування внутрішніх сходів, а також входів (виходів) до дворівневих номерів повинно забезпечувати внесення (винесення) великих меблів і заміну внутрішнього обладнання у разі ремонту.

6.2.12 Приміщення поповерхового обслуговування слід, як правило, блокувати, передбачаючи один блок на 30 місць у готелях категорії 5*; на 40 місць - 4*; на 50 місць - 3*; на 60 місць - 2*.

6.2.13 Приміщення поповерхового обслуговування в готелях категорії 1* і 2* допускається розташовувати через поверх.

6.2.14 Мінімальний склад приміщень поповерхового обслуговування може бути представлений лише кімнатою чергового персоналу.

Рекомендовані склад (розвинутий) і площі приміщень поповерхового обслуговування наведені в таблиці 2.

Таблиця 2. *Склад приміщень поповерхового обслуговування готелів*

Приміщення	**Площа, м^2, не менше**
1	**2**
1. Холи (вітальні) з розрахунку, не менше:	
готелі категорії *	9 м^2 плюс по 1 м^2 на кожен номер, починаючи з 21-го, рекомендується, щоб максимальна площа не перевищувала 25 м^2

готелі категорії 2*	20 м^2 плюс по 1 м^2 на кожен номер, починаючи з 21-го, рекомендується, щоб максимальна площа не перевищувала 40 м^2
готелі категорії 3*	30 м^2 плюс по 1 м^2 на кожен номер, починаючи з 21-го, рекомендується, щоб максимальна площа не перевищувала 80 м^2
готелі категорії 4*	30 м^2 плюс по 1 м^2 на кожен номер, починаючи з 21-го, рекомендується, щоб максимальна площа не перевищувала 120 м^2
готелі категорії 5*	30 м^2 плюс по 1 м^2 на кожен номер, починаючи з 21-го, рекомендується, щоб максимальна площа не перевищувала 160 м^2
2. Кімната чергового персоналу з вбудованими шафами для чистої білизни	10(12)[1)]
3. Приміщення старшої покоївки (зав. попо-верховим господарством, кастелянші) [2)]	12
4. Комора брудної білизни [3)]	6
5. Комора прибирального інвентаря	4
6. Площадка розбирання брудної білизни при білизнопроводі	4
7. Кімната побутового обслуговування[4)]	6-8
8. Приміщення для зберігання візків покоївок [5)]	8(12)[1)]
9. Приміщення чищення взуття [6)]	6
10. Санвузол персоналу (унітаз, умивальник, душ)	4

[1)] Цифри в дужках - для категорій 4* і 5*.
[2)] У готелях місткістю 300 місць і більше.
[3)] У готелях місткістю 100 місць допускається заміняти шафами.
[4)] У готелях категорій 1*, 2*, 3* при проживанні на поверсі менше 30 осіб допускається розміщувати через поверх.
[5)] Для категорії 3* і вище.
[6)] Для категорії 4* і 5*. Для готелів категорії 2* і вище можуть застосовуватися спеціальні пристрої для чищення взуття на поверхах.

6.2.15 При подаванні їжі в номери (у готелях категорій від 3*) повинен бути забезпечений зв'язок між роздавальною основного харчоблоку і житловою частиною готелю по службових коридорах і сходах, ліфтах або із застосуванням спеціальних підйомників.

6.2.16 На житлових поверхах готелів допускається влаштування приміщень громадського призначення (барів, кафе, буфетів, віталень, приміщень для ділових зустрічей, дитячих кімнат тощо) за умови шумозахисту житлових приміщень. Розміщення приміщень громадського призначення суміжно з житловими приміщеннями не допускається.

6.2.17 У готелях категорії 3* і вище наявність віталень обов'язкова, їх кількість і площі визначаються завданням на проєктування.

6.2.18 У житловій частині готелів можуть передбачатися приміщення для обслуговуванням дітей. Необхідність у дитячих приміщеннях і їх площі встановлюються завданням на проєктування.

6.3 Приміщення громадського призначення

6.3.1 Приймально-вестибюльна група

6.3.1.1 Рекомендовані склад та площі приміщень приймально-вестибюльної групи наведені в додатку Б.

6.3.1.2 У вестибюлі готелю рекомендовано виділяти вхідну зону, зони прийому (реєстрації гостей і оформлення документів), очікування, відпочинку та збору організованих груп, інформації, встановлення телефонів-автоматів, банкоматів і торговельних кіосків, входу до підприємств харчування і побутового обслуговування, комунікаційну зону (з ліфтовими холами).

Допускається часткове взаємопроникнення функціональних зон без порушення системи комунікацій вестибюля. Зону очікування, відпочинку та збору організованих груп рекомендується проєктувати непрохідною.

6.3.1.3 У всіх готелях місткістю від 100 місць у приймально-вестибюльній групі приміщень слід передбачати приміщення медпункту з санвузлом.

6.3.1.4 У всіх готелях, де передбачено обладнання сейфової кімнати, вона повинна мати капітальні стіни, двері і грати, двері повинні мати автоматичний механізм запирання. Приміщення сейфової кімнати повинно мати контроль доступу та систему охоронної сигналізації. Вхід до приміщення та саме приміщення повинно контролюватися системою відеонагляду з архівацією. Приміщення повинно мати окрему (відокремлену) зону для роботи з речами, яка не контролюється системою відеонагляду. У разі встановлення депозитних сейфів з чарунками вони повинні відповідати мінімум третій категорії стійкості.

6.3.2 Підприємства харчування

6.3.2.1 Підприємства харчування в готелях слід проєктувати відповідно до завдання на проєктування з урахуванням вимог Стандартів. Рекомендовані типи і місткість підприємств харчування (крім їдалень для персоналу) представлені в таблиці 3.

6.3.2.2 Підприємства харчування, розташовані в готелях, слід поділяти на відкриті (загальнодоступні, але з переважним обслуговуванням проживаючих у готелі, що мають доступ як з готелю, так і з населеного пункту, де знаходиться готель) і закриті, які обслуговують лише проживаючих. Вхід до закладів ресторанного господарства (ресторан, кафе, бар) для готелів категорії від 2* до 5* має бути з готелю, для ресторанів у готелях категорії від 3* до 5* може бути і окремий вхід з вулиці, але це не стосується закладів ресторанного типу, розташованих вище другого поверху.

Таблиця 3. *Типи і місткість підприємств харчування*

Мінімальна кількість місць у підприємствах харчування (у % до місткості готелю)					
Види підприємств харчування	**Категорія готелю**				
	1*	**2***	**3***	**4***	**5***
1 Ресторани	-	60	75	90	95
2 Кафе	50	25	15	10	10
3 Їдальні	50	-	-	-	-
4 Буфети	10	10	5	5	-
5 Бари:					
- при вестибюлі;	1	1	1,5	2	3
- на житлових поверхах;	-	-	5	10	10
- при басейні;	-	-	-	1	1
- при сауні;	-	-	-	2	2
- при спорткомплексі;	-	-	-	3	3
- при зальному комплексі	-	-	3	3	5

6.3.2.3 У готелях категорії від 2* до 5* слід передбачати їдальні та буфети персоналу з розрахунку одночасної мінімальної посадки 30% найбільшої зміни в їдальнях і 2% у буфетах. У готелях категорії 1* - відповідно 20% і 10%. У готелях категорії 4* та 5* повинно передбачатися окреме приміщення для харчування персоналу.

6.3.2.4 У готелях усіх категорій місткістю більше 300 місць допускається влаштування магазинів із входами з готелю і з вулиці (зовні).

6.3.2.5 При основному виробництві підприємств харчування з кількістю місць більше 20 слід передбачати приміщення завантаження (за необхідності – з дебаркадерами). При підприємствах харчування готелів слід передбачати господарські двори (або зони загальних господарських дворів). Завантажувальні та господарські зони повинні бути, як правило, критими, з візуальною і шумовою ізоляцією від житлових і громадських зон готелю.

6.3.2.6 У складі підприємств харчування готелів, що здійснюють концертно-естрадні програми, слід передбачати додаткові приміщення і майданчики, склад і площі яких визначаються завданням на проєктування або проєктом.

6.3.2.7 При розміщенні підприємств громадського харчування над житловими зонами готелів і на відкритих майданчиках необхідно передбачати шумозахист житлових приміщень і навколишньої житлової забудови.

6.3.2.8 При проєктуванні приоб'єктних готелів, готелів у складі багатофункціональних будинків, а також при реконструкції готелів кількість посадкових місць, види і спеціалізація підприємств громадського харчування визначаються завданням на проєктування або проєктом.

6.3.3 Приміщення побутового обслуговування і торгівлі

6.3.3.1 У складі готелів відповідно до їх місткості та категорії передбачаються приміщення побутового обслуговування і торгівлі, при проєктуванні яких слід дотримуватися вимог ДБН В.2.2-11 та ВСН 54, а показники площ приймати за таблицею 4.

6.3.3.2 Приміщення побутового обслуговування слід, як правило, проєктувати відокремленими і розміщувати безпосередньо при вестибюлі готелю.

6.3.3.3 При торговельних кіосках різного призначення рекомендується передбачати підсобні приміщення з розрахунку не більше 3,0 м^2 на кіоск, розташовані поза громадськими зонами готелю.

Таблиця 4. *Склад і площі приміщень побутового обслуговування і торгівлі*

Приміщення	Площа, м^2, не менше
1	**2**
1. Перукарня [1)]	0,25 на одного проживаючого в готелях від 50 номерів
2. Комплексний приймальний пункт [2)] (дрібний ремонт одягу, хімчистка, прання і прасування тощо)	12 за місткості 50-300 місць; 18 – за місткості 301-500 місць
3. Каси квитків на транспорт [3)]	6 на одну касу

4. Каси театральні та на інші культурні і спортивні заходи [4)]	6 на одну касу
5. Торговельні кіоски	3-4 на один кіоск
6. Магазини	За завданням на проєктування

[1)] Передбачається для готелів категорій 3* і вище. В готелях 3* передбачається перукарня першої чи другої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094. В готелях категорій 32* і 32** слід проєктувати перукарню вищої категорії відповідно до вимог ДСТУ 4094, тобто перукарню-салон з косметичним кабінетом, приміщеннями для масажу, манікюру і педикюру та ін.; перукарні за розміщенням, об'ємно-планувальним рішенням, обладнанню, санітарно-технічному обладнанню повинні відповідати вимогам ДСанПіН 2.2.2.022.
[2)] Рекомендується для готелів категорій 2* і 3* місткістю на 100 і більше місць
[3)] у готелях категорії 3* і вище.
[4)] Для готелів усіх категорій.

6.3.4 Приміщення культурно-дозвіллєвого призначення

6.3.4.1 До структури готелів допускається включати культурно-видовищні та дозвіллєві заклади різного типу. Набір приміщень культурно-видовищного та дозвіллєвого призначення в складі готелів визначається завданням на проєктування з урахуванням нормативних документів щодо проєктування відповідних об'єктів.

6.3.4.2 Площі приміщень культурно-видовищного та дозвіллєвого призначення, а також їх обладнання і технологічне забезпечення слід приймати згідно з вимогами ДБН В.2.2-16.

6.3.4.3 Для готелів категорії 5* у складі культурно-дозвіллєвої групи приміщень допускається передбачати приміщення для обслуговування дітей.

6.3.4.4 У складі приміщень готелів категорій 3*, 4* і 5* слід передбачати приміщення для ділової діяльності та зустрічей. У дану групу приміщень входять бізнес-центр (служби зв'язку, копіювальної техніки і комп'ютерів, перекладачів тощо); представництва фірм; кімнати ділових зустрічей і універсальні зали для проведення культурних або ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою; виставкові та демонстраційні зали з експозиціями; допоміжні приміщення.

6.3.5 Приміщення та споруди фізкультурно-оздоровчого призначення

6.3.5.1 У готелях категорії 3* та вище рекомендується передбачати приміщення та споруди фізкультурно-оздоровчого комплексу: плавального басейну, сауни, тренажерного залу, солярію, масажної тощо.

Одночасну місткість спортивного або тренажерного залів рекомендується приймати не менше 10 % місткості готелю, сауни - не менше 1

%. Площу дзеркала води плавального басейну рекомендується приймати не менше 0,55 м^2 на одне місце в готелі.

Рекомендовані склад та площі споруд і приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення для готелів категорій 4* і 5* наводяться в додатку В.

6.3.5.3 На території готелів категорій 4* і 5* залежно від можливостей ділянки допускається передбачати площинні фізкультурно-оздоровчі споруди, кількість і набір яких визначаються завданням на проєктування або проєктом.

6.3.5.4 У готелях категорій 4* і 5* при приміщеннях фізкультурно-оздоровчого призначення слід передбачати медичний кабінет: за місткості до 500 місць – 16 м^2, за більшої місткості – до 36 м^2.

6.4 Службові, господарські та виробничі приміщення

6.4.1 Група адміністративних приміщень

6.4.1.1 Приміщення адміністрації слід, як правило, групувати на перших поверхах поза основними потоками проживаючих. Склад приміщень адміністрації та їх площі слід визначати завданням на проєктування з урахуванням рекомендацій додатка Г.

6.4.1.2 У будинках готелів у групі адміністративних приміщень допускається розміщення офісів готельних об'єднань і туристських організацій різного типу за умови, що це не знижує комфорту проживання.

6.4.2 Господарські та виробничі приміщення

6.4.2.1 Господарські та виробничі приміщення готелів слід проєктувати за вимогами відповідних Стандартів. Мінімальний склад і площі господарських та виробничих приміщень готелів наведені в додатку Д.

Склад і площі інженерно-технічних приміщень визначаються завданням на проєктування або проєктом згідно з розрахунком залежно від застосовуваного обладнання за чинними нормативними документами.

6.4.2.2 Службово-господарські приміщення готелів слід, як правило, групувати за виконуваними функціями. Центральні білизняні необхідно блокувати з комунікаціями білизнопроводів.

6.4.2.3 Приміщення малярних майстерень та складів фарб слід проєктувати з окремим виходом безпосередньо назовні.

6.4.2.4 У готелях місткістю 300 місць і більше при столярній майстерні та складській зоні слід передбачати люки, дебаркадери, ворота, розвантажувальні майданчики з урахуванням візуального і шумового захисту житлових і громадських зон готелю.

7. ІНЖЕНЕРНЕ ОБЛАДНАННЯ

7.1 Водопостачання і каналізація

7.1.1 Будинки готелів повинні обладнуватися господарсько-питним водопроводом холодної і гарячої води, побутовою каналізацією, зливостоками та внутрішнім протипожежним водопроводом, що проєктуються згідно зі СНиП 2.04.01. Зовнішнє пожежогасіння будівель готелів передбачається відповідно до вимог СНиП 2.04.02.

Приміщення громадського, виробничого і господарського призначення повинні обладнуватися системами водопостачання і каналізації відповідно до норм проєктування цих приміщень.

7.1.2 Тиск води перед водорозбірною арматурою в номерах готелю слід приймати згідно з таблицею 5.

Таблиця 5. *Тиск холодної та гарячої води перед водорозбірною арматурою в номерах готелів різних категорій*

Нормований параметр		Нормована величина, МПа, для готелів категорій	
		3* і вище	2* і 1*
Мінімальний тиск води	холодної	0,1	0,08
	гарячої	0,08	0,06
Максимальний тиск		0,45	

7.1.3 За неможливості витримати нормовані параметри в однозонній системі водопостачання слід передбачати зонне водопостачання. Зонування системи водопостачання слід забезпечувати шляхом встановлення обладнання, у тому числі насосного, окремо для кожної зони. Заданий тиск повинен підтримуватися автоматично шляхом керування роботою насосних установок.

7.1.4 При проєктуванні насосних установок слід застосовувати обладнання з характеристиками, що виключають проникнення в номери готелю шуму, що перевищує встановлений чинними нормами допустимий для нічного часу рівень звукового тиску згідно з вимогами 8.9 та 8.10.

7.1.5 Системи гарячого водопостачання повинні проєктуватися з циркуляцією в стояках. На циркуляційних стояках повинні встановлюватися балансувальні вентилі. Циркуляція повинна проєктуватися з урахуванням мінімальної температури в циркуляційному трубопроводі 40 °С.

7.1.6 У разі обґрунтування можуть застосовуватися системи гарячого водопостачання з закритими баками-акумуляторами, які мають водообмін не менше одного разу на добу, включеними до загального циркуляційного контуру з водопідігрівачами.

7.1.7 Якщо у ванних кімнатах готелю не передбачене встановлення електричних рушнико-сушильників, повинні проєктуватися рушникосушильники, приєднані до циркуляційних стояків гарячого водопостачання.

7.1.8 Магістральні трубопроводи і стояки систем водопостачання повинні прокладатися в тепловій ізоляції. Покривний шар теплоізоляційної конструкції трубопроводу холодної води повинен бути паронепроникним.

7.1.9 Для різних груп приміщень житлового, громадського, виробничого і господарського при значення слід проєктувати окремі системи або окремі гілки холодного і гарячого водопостачання з встановленням на них водолічильників.

7.1.10 Системи каналізації приміщень громадського, виробничого і господарського призначення повинні проєктуватися окремими від систем каналізації житлової частини готелю із самостійними випусками (допускається в один колодязь). Не допускається розміщувати оголовки витяжних частин каналізаційних стояків прибудованих приміщень перед вікнами житлових номерів. Витяжну частину виробничої і побутової каналізації вбудованих приміщень допускається об'єднувати з каналізаційними стояками готелю.

7.1.11 Системи водяного опалення, а також системи холодопостачання місцевих кондиціонерів повинні проєктуватися з дренажними і конденсатними лініями з відведенням води до зливової каналізації.

7.1.12 У готелях, водопостачання яких не може бути забезпечене від двох джерел, слід передбачати аварійні ємності води.

7.1.13 У готелях категорій 4* і 5* трубопроводи водопостачання і каналізації повинні прокладатися приховано. Необхідність прихованого прокладання трубопроводів у готелях інших категорій визначається завданням на проєктування.

7.2 Опалення, вентиляція і кондиціонування

7.2.1 Будинки готелів повинні обладнуватися опаленням і вентиляцією відповідно до існуючих норм.

Приміщення громадського, виробничого і господарського призначення повинні обладуватися системами опалення і вентиляції відповідно до норм проєктування цих приміщень.

7.2.2 Розрахункові температури повітря і вимоги до повітрообміну в житлових номерах готелів різних категорій слід приймати за табл. 6.

Таблиця 6. *Розрахункові температури і вимоги до повітрообміну в житлових номерах готелів залежно від їх категорії*

Нормований параметр		Нормована величина для готелів категорій			
		5*	4*	3*	2* і 1*
Розрахункова температура приміщення, °С	холодний період року	22	22	20	20
	теплий період року	23	24	Не нормується	
Повітрообмін для однієї людини, $м^3$/год	холодний період року	60	50	40	30
	теплий період року	60	50	Не нормується	

Температура повітря в санітарних вузлах із ванними або душами повинна прийматися 25 °С. У санвузлах готелів категорії 3* і нижче, що не прилягають до зовнішніх огороджувальних конструкцій, допускається не встановлювати опалювальні прилади у разі встановлення в них рушнико-сушильників, приєднаних до системи гарячого водопостачання, або електричних. У ванних кімнатах житлових номерів готелів категорії 5* повинні проєктуватися підлоги, що обігріваються.

Температура повітря в коридорах загального користування і вестибюлях готелів повинна прийматися 20 °С.

Опалювальні прилади приміщень із кондиціонуванням повітря, у яких задана температура підтримується автоматично місцевими кондиціонерами, повинні розраховуватися на підтримання температури 18°С при непрацюючих кондиціонерах.

При теплотехнічних розрахунках огороджувальних конструкцій готелю необхідно приймати температуру приміщень 20 °С і відносну вологість 50 %.

7.2.3 Будинки готелів повинні підключатися до систем централізованого теплопостачання через індивідуальний тепловий пункт (ІТП), обладнаний приладами обліку теплоспоживання та автоматизованими вузлами приготування теплоносіїв систем опалення, вентиляції і гаря-

чого водопостачання. Для різних груп приміщень житлового, громадського, виробничого і господарського призначення слід проєктувати окремі системи або гілки систем опалення зі своїми приладами обліку теплоспоживання, розташованими в загальному приміщенні ІТП. За завданням на проєктування допускається за узгодженням із теплопостачальною організацією розміщувати прилади обліку теплоспоживання окремих груп нежитлових приміщень за межами ІТП.

Для будинків готелів категорії 3* і вище повинні передбачатися резервні джерела тепла для системи гарячого водопостачання, які повинні включатися під час аварій або профілактичних робіт. Для будинків готелів категорії 5* за завданням на проєктування допускається передбачати резервні джерела тепла для систем опалення.

Розміщення приміщень ІТП під житловими приміщеннями готельних номерів не допускається. При проєктуванні ІТП слід застосовувати обладнання з характеристиками, яке виключає проникнення до житлових приміщень шуму, що перевищує допустимий для нічного часу рівень, встановлений чинними нормами.

У разі неможливості приєднання будинку готелю до централізованого теплопостачання, а також в інших випадках за відповідного техніко-економічного обґрунтування і за наявності необхідних дозволів до складу проєкту повинна входити місцева котельня.

7.2.4 Трубопроводи систем опалення готелів категорій 4* і 5* повинні прокладатися приховано або за знімним декоративним кожухом.

Системи опалення будинків, відкрито розташованих на місцевості готелів з номерами, орієнтованими на дві сторони горизонту, слід проєктувати з пофасадними гілками, обладнаними регуляторами теплової потужності.

Магістральні трубопроводи і вимикальні пристрої систем опалення, тепло- і холодопостачання калориферів і кондиціонерів повинні прокладатися в приміщеннях, доступних для персоналу експлуатаційних служб. Теплопроводи, у тому числі прокладені приховано, повинні проєктуватися з тепловою ізоляцією. Покривний шар теплоізоляційної конструкції трубопроводів холодопостачання повинен бути паронепроникним.

7.2.5 Тиск води в опалювальних приладах, розташованих на нижньому поверсі будинку або на нижньому поверсі гідравлічне відособленої зони будинку, не повинен перевищувати робочого тиску цих приладів і встановленої на них арматури. У теплових пунктах будинків або в котельнях повинні передбачатися пристрої, що захищають систему опалення від перевищення заданого тиску.

7.2.6 Видаляння повітря з житлових номерів повинно виконуватися через санітарні вузли. Витяжна вентиляція готелів категорій * і 2* повинна проєктуватися з природним спонуканням. У готелях категорії 3* і вище слід проєктувати системи витяжної вентиляції з механічним спонуканням. За відсутності в будинку готелю постійно діючої центральної системи припливної вентиляції, що подає повітря в житлові номери, примусова витяжка повинна проєктуватися за допомогою встановленого в санвузлі місцевого витяжного вентилятора з можливістю використання витяжної системи в режимі природної вентиляції при вимкненому вентиляторі.

7.2.7 Витяжні канали повинні розміщуватися у внутрішніх стінах будинків або прилягати до них. Ділянки витяжних каналів, що прокладаються над покрівлею, на горищі, а також поблизу охолоджуваної поверхні зовнішніх стін, повинні проєктуватися з тепловою ізоляцією, що виключає випадання конденсату при відносній вологості витяжного повітря 85 %.

7.2.8 З кожного санвузла повинен проєктуватися індивідуальний вертикальний витяжний канал з випуском витяжного повітря в атмосферу або в збірну вентиляційну шахту. Вентиляційні канали допускається приєднувати до збірної вентиляційної шахти вище витяжних ґрат не менше ніж на 2 м. Питомий опір тертю при русі повітря в збірній шахті під час роботи всіх приєднаних до неї місцевих вентиляторів не повинен перевищувати 0,65 Па/м.

7.2.9 У постійно діючих центральних витяжних системах із механічним спонуканням індивідуальні вентиляційні канали одного санвузла можуть приєднуватися до збірної вентиляційної шахти безпосередньо на висоті витяжних ґрат за умови встановлення на приєднувальному повітроводі шумоглушника зворотного і вогнестримувального клапанів, що щільно закриваються. Витяжні вентилятори (робочий і резервний) центральних систем повинні встановлюватися на рівні верхнього технічного поверху і проєктуватися для безперервної цілодобової роботи з автоматичним перемиканням і автоматичним вмиканням резерву. Повітроводи центральних систем витяжної вентиляції з механічним спонуканням повинні проєктуватися з пристроями для гідравлічного балансування системи.

7.2.10 Індивідуальні витяжні канали і збірні вентиляційні шахти повинні виконуватися в будівельних конструкціях. Повітроводи з оцинкованої сталі допускається проєктувати за умови їх прокладання в місцях, доступних для ремонту.

Витяжні вентиляційні системи з природним спонуканням, а також системи, в яких витяжні вентилятори вмикаються періодично, повинні

проєктуватися з викидом повітря над покрівлею в місцях, де виключається виникнення зон вітрового підпору.

7.2.11 У номерах готелів категорії 3* і нижче припливне повітря повинно подаватися через вікна. У разі встановлення вікон без кватирок і з герметичним притулом слід застосовувати модифікації вікон із вбудованими провітрювачами, які автоматично відкриваються у разі підвищення вологості повітря над нормативну.

У номерах готелів категорій 4* і 5* слід проєктувати центральну систему припливної вентиляції.

Номери готелів категорій 3* і 4* допускається проєктувати з місцевими припливно-витяжними рекуперативними вентагрегатами, які можуть не комплектуватися калориферами, що працюють на тепловій або електричній енергії, при використанні не менше 65 % тепла витяжного повітря.

7.2.12 При проєктуванні центральних припливно-витяжних систем слід передбачати приплив повітря до житлових кімнат; витяжку - із санвузлів та ванних кімнат. Приєднання припливної і витяжної вентиляції готельного номера до збірних вертикальних шахт слід проводити на 2 м вище припливних (витяжних) ґрат через канал-супутник або на рівні припливних (витяжних) ґрат із встановленням зворотного протипожежного клапана на відгалуженні від вертикальної шахти. Допускається приєднувати індивідуальні припливні канали до збірної вентиляційної шахти безпосередньо на висоті припливних ґрат за умови встановлення на приєднувальному повітроводі зворотного та протипожежного клапанів, які щільно закриваються.

Повітроводи центральної вертикальної системи припливної вентиляції номерів готелю рекомендується проєктувати зі сталевих труб.

За проєктування центральної поповерхової системи припливної вентиляції номерів готелю індивідуальні припливні канали слід приєднувати до збірного повітропроводу з обладнанням на приєднувальному повітропроводі зворотного клапана, що щільно закривається.

Транзитні повітроводи слід виконувати класу "Щ" - щільні; в межах поверху - класу "Н" - нормальні з оцинкованої сталі товщиною. Прокладання транзитних повітроводів вбудованих приміщень через приміщення номерів не допускається.

7.2.13 Вентиляція приміщень громадського, виробничого і господарського призначення повинна проєктуватися окремо від вентиляції номерів. За проєктування припливних та витяжних систем слід вжити заходів, які виключають розповсюдження характерних для цих приміщень запахів у суміжні приміщення та житлові номери. Розташовувати

витяжні шахти для викиду повітря з цих приміщень перед вікнами житлових номерів, а також прокладати повітроводи витяжної вентиляції по фасадах готелю не допускається.

7.2.14 При проєктуванні систем вентиляції з механічним спонуканням слід застосовувати вентилятори і шумопоглинальне обладнання з характеристиками, що виключають проникнення до житлових приміщень шуму, що перевищує допустимий для нічного часу рівень, встановлений чинними нормами.

7.2.15 Системи кондиціонування повітря другого класу слід проєктувати в житлових номерах готелів категорії 5* а також у приміщеннях загального користування (вестибюлях, торговельних залах ресторанів, конференц-залах і в інших приміщеннях за завданням на проєктування) готелів категорій 4* і 5*. Системи кондиціонування третього класу слід проєктувати в житлових номерах готелів категорії 4* а також у приміщеннях загального користування готелів категорії 3*.

7.2.16 При застосуванні системи кондиціонування повітря відведення теплоти конденсації холодоагенту повинно бути організоване через центральні або групові установки, розташовані в місцях, де вони не погіршують архітектурного вигляду будинку і не створюють шуму, рівень якого перевищує допустимі значення для приміщень проєктованого або сусіднього будинку і для навколишнього середовища. Конденсат, що утворюється при охолодженні й осушенні повітря, повинен відводитися трубопроводами, які підключаються, як правило, до системи дощової каналізації з розривом струменя через сифон.

У системах холодопостачання слід застосовувати озонобезпечні холодоагенти.

7.3 Електропостачання та електрообладнання. Автоматика

7.3.3 У номерах готелів категорій 3*, 4*, 5* згідно з вимогами ДСТУ 4269 необхідно передбачати не менше двох розеток для підключення холодильника та інших побутових приладів і у санвузлі (ванній кімнаті) розетку, яка підключається через пристрій захисного відключення (ПЗВ) 10 мА, призначену для фена та електробритви.

7.3.4 Електроосвітлення приміщень готелів та прилеглої до них території слід виконувати у відповідності з вимогами ДБН В.2.5-28.

7.3.5 Керування освітленням може бути ручним та дистанційним.

У загальних приміщеннях готелів слід передбачати освітлення, що регулюється за яскравістю з диспетчерського пункту.

В місцях встановлення комп'ютерів необхідно використовувати безвідблискові лампи.

У готелях категорії 3* і вище слід передбачати люмінесцентну рек-

ламу та систему світлових покажчиків (напрямок руху, місця паркування, назва залів, пожежні гідранти тощо).

7.3.6 Автоматизація та диспетчеризація інженерного обладнання, контроль та сигналізація до вибухонебезпечних концентрацій паливного газу виконуються у відповідності з вимогами Стандартів та інших нормативних документів і завдання на проєктування.

7.3.7 Елементи кабельних ліній та систем проводки, до складу яких входять електричні й оптичні ізольовані проводи та кабелі, системи кабельних коробів, трубопроводів, лотків та драбин.

7.3.8 Номери готелів категорії 3* та вище рекомендується обладнувати пристроями енергозбереження, які зазвичай встановлюються при вході в номер і керуються картами електронного карткового замка.

7.4 Системи зв'язку та сигналізації

7.4.1 Будинки готелів повинні обладнуватися мережами і пристроями, а за необхідності мати окремі приміщення для організації телекомунікацій загального користування (зв'язку, телебачення, проводового мовлення).

7.4.2 Згідно з завданням на проєктування будинки готелів додатково можуть бути обладнані мережами і пристроями:

- відомчої АТС (з тарифікацією з'єднань);
- систем передачі даних (проводових та безпроводових);
- інтерактивного телебачення (телебачення за замовленням);
- мікростільникового зв'язку;
- звукопідсилення для трансляції фонових музичних програм та відомчих повідомлень;
- технічних засобів охоронної сигналізації;
- відеспостереження;
- системи контролю доступу.

7.4.3 Мережі систем зв'язку, як правило, повинні об'єднуватися в комплекси і будуватися на базі єдиного інформаційного простору з використанням структурованих кабельних систем.

7.4.4 Системи звукопідсилення будинків готелів можуть виконуватися суміщеними з комунікаціями систем оповіщення про пожежу та керування евакуацією.

7.4.5 Розрахунок ємності лінійних споруд мережі зв'язку будинків готелів слід виконувати із забезпеченням можливості обов'язкового встановлення абонентських кінцевих пристроїв у приміщеннях адміністрації та чергового персоналу, персоналу приймально-вестибюльної групи, побутового обслуговування і торгівлі, а також у приміщеннях інформаційних та технологічних служб.

7.4.6 Будинки готелів повинні обладнуватися телефонами-автоматами з розрахунку 1 шт. на 100 місць, але не менше двох для одного будинку.

7.4.7 Рекомендується обладнувати житлові кімнати будинків готелів лініями зв'язку для можливості встановлення (за необхідності) абонентських кінцевих пристроїв. Кількість ліній, що заводяться в житлові кімнати, визначається завданням на проєктування.

7.4.8 Зв'язок абонентів готелю повинен виконуватися з обов'язковою тарифікацією з'єднань з використанням прямих ліній операторів зв'язку або через відомчі комутаційні пристрої.

7.4.9 Для організації оперативного зв'язку персоналу та служб охорони, окрім проводових мереж, рекомендується додатково застосовувати системи мікростільникового зв'язку або радіозв'язку у від повідності з завданням на проєктування та технічними умовами.

7.4.10 Розрахунок будинкових розподільних мереж (БРМ) телебачення будинків готелів слід виконувати з урахуванням можливості встановлення у кожному номері не менше двох приєднувальних пристроїв при одному кабельному вводі до номера (якщо інше не обумовлено завданням на проєктування). Приєднувальні пристрої мереж телебачення встановлюються також в основних приміщеннях приймально-вестибюльної групи, побутового обслуговування і торгівлі.

7.4.11 Приєднувальні пристрої проводового мовлення встановлюються в кожному номері, адміністративних приміщеннях, приміщеннях чергового персоналу та в основних приміщеннях приймально-вестибюльної групи, побутового обслуговування і торгівлі.

7.4.12 У будинках комплексів готелів за наявності в їх складі кіноконцертних та конференц-залів і інших приміщень для ділових заходів рекомендується передбачати системи звукопідсилення, синхронного перекладу мов, систем "круглий стіл" тощо з забезпеченням можливості організації зовнішніх зв'язків, обсяг яких визначається завданням на проєктування.

7.4.13 Вертикальне прокладання мереж зв'язку та сигналізації у будинках готелів, як правило, повинно передбачатися приховано в окремих трубах-стояках із влаштуванням згідно з ВСН 600 окремих поверхових розподільних монтажних шаф систем зв'язку та сигналізації.

7.4.14 Прокладання мереж зв'язку та сигналізації від поверхових розподільних шаф і вводи їх до житлових номерів, адміністративних та службових приміщень повинні виконуватися приховано.

Конструкції вводів повинні мати можливість вільного прокладання, доповнення і заміни кабелів та проводів абонентських мереж.

7.4.15 Проєктом необхідно передбачати заходи, що захищають від

несанкціонованого проникнення в монтажні розподільні шафи й інші споруди, приміщення та обладнання мереж зв'язку та сигналізації.

7.4.16 Антенні пристрої систем ефірного телебачення, супутникового зв'язку і телебачення повинні розташовуватися в тих місцях, де вони не погіршують архітектурного вигляду будинків. Як правило, розміщувати їх необхідно на покрівлі будинків з урахуванням додаткових механічних навантажень. Розміщення антенних пристроїв на фасадних стінах, балконах не допускається.

7.4.17 Блискавкозахист стояків ліній мережі проводового мовлення, щогл телеантен (у т.ч. і супутникових) виконується згідно з ДСТУ Б В.2.5-38, ВСН 60, ВСН 1.

Заходи щодо вирівнювання потенціалів металевих частин обладнання систем зв'язку та сигналізації визначаються комплексно для всього електрообладнання будинків та комплексів, а також інших металевих конструкцій.

7.4.18 Номери будинків готелів категорії 3* та вище рекомендується обладнувати відомчою охоронною сигналізацією.

Номери будинків готелів категорії 3* та вище рекомендується обладнувати електронними картковими замками з енергонезалежною пам'яттю мінімум на 500 подій, захищеною від систематичного повторювання подій, функцією антипаніки, автономним енергозабезпеченням, функцією антивіджиму защіпки.

7.4.19 Охоронною сигналізацією повинні обладнуватися приміщення пожежного поста, електрощитові, венткамери протидимних установок, входи до технічних поверхів та виходи на покрівлю будинку, входи до машинного відділення ліфтів, двері шаф поповерхових пожежних кранів та ін. з виведенням сигналу на пульт чергового диспетчерської сигналізації або пульт централізованого нагляду служби охорони.

Організаційно-технічні заходи щодо передавання сигналів охоронної сигналізації службам відомчої або державної охорони визначаються взаємно погодженим завданням на проєктування.

7.4.20 Системи зв'язку та сигналізації нежитлових приміщень, що розташовуються у будинках готелів, слід виконувати згідно з ДБН В.2.2-9.

7.4.21 Номери готелів категорії 3* та вище рекомендується обладнувати міні-сейфами. Сейф повинен мати енергонезалежну пам'ять мінімум на 100 подій та мати електронний пристрій для відчинення в екстреній ситуації.

7.5 Ліфти та інші види механічного транспорту

7.5.1 Потреба в ліфтах залежно від поверховості готелів, їх кількість та типи повинні відповідати вимогам відповідних Стандартів.

7.5.2 У готелях місткістю 500 і більше місць, що мають багажні входи і вестибюлі, слід передбачати рольганги або транспортери для подавання багажу від зони розбирання до вантажного ліфта.

7.5.3 Необхідність улаштування пасажирських ескалаторів та підіймальних платформ визначається згідно з вимогами відповідних Стандартів.

При дебаркадерах, з яких здійснюється подавання всередину будинку великих обсягів або великовагових вантажів, рекомендується влаштування тельферів, рольгангів, транспортерів тощо; допускається застосування авто- і електрокарів.

При підприємствах громадського харчування і для зв'язку господарських та виробничих служб зі споживачами на поверхах слід передбачати ліфти та підйомники малої потужності. Для подавання на поверхи продуктів, білизни, видаткових засобів тощо допускається також використання вантажних і вантажопасажирських ліфтів.

7.5.4 У готелях місткістю 300 місць і більше у разі поверховості більше п'яти поверхів допускається застосування білизнопроводів, якщо клас вогнестійкості стовбура білизнопроводу не менше EI 45, а у приміщенні, в якому розміщується білизнопровід, влаштовані протипожежні двері 1-го типу та автоматична пожежна сигналізація.

7.6 Сміттєвидалення

7.6.1 У житлових і громадських приміщеннях готелів слід передбачати системи очищення від сміття і пилоприбирання (вологе прибирання, сухе прибирання з застосуванням готельних пилососів або систем централізованого пиловидалення), тимчасового (у межах санітарних норм) зберігання сміття і можливість його вивезення. Вміст пилу в повітрі житлових приміщень готелів повинен бути не більше 0,15 мг/м^3.

7.6.2 У готелях місткістю понад 500 місць і в готелях категорій 4* і 5* слід передбачати централізоване пиловидалення (система вакуумного прибирання) з житлових і основних громадських приміщень. У проєктах необхідно передбачати сучасне обладнання, що полегшує умови сміттє- і пиловидалення, у тому числі вакуумне пиловидалення.

Засоби видаляння сміття з будинків повинні бути узгоджені із системою очищення населеного пункту.

7.6.3 Будинки готелів заввишки два поверхи і більше повинні бути обладнані сміттєпроводами, що проєктуються на групу житлових приміщень з розрахунку добового накопичення сміття 0,6 кг на одне місце. За відповідного обґрунтування у готелях можуть застосовуватись альтернативні системи сміттєвидалення, узгоджені з органами санітарно-епідеміологічного контролю.

7.6.4 Стовбур сміттєпроводу та приміщення сміттєзбірної камери

повинні відповідати вимогам, викладеним у відповідних Стандартах.

7.6.5 Стовбури сміттєпроводів повинні знаходитися в приміщеннях з температурою не менше 5 °С. Стовбури і завантажувальні клапани сміттєпроводів необхідно відокремлювати від поповерхових коридорів протипожежними перегородками 2-го типу.

Стовбур сміттєпроводу повинен виконуватися з негорючих матеріалів, мати можливість прочищення, промивання і дезінфекції, бути герметичним і звукоізольованим від будівельних конструкцій будинку.

7.6.6 Всі опоряджувальні і герметизуючі матеріали сміттєпроводу та покриття повинні мати позитивний висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи.

7.6.7 Сміттєпроводи не повинні створювати рівня шуму вище 25 дБА в житлових і громадських приміщеннях готелів.

8. САНІТАРНО-ГІГІЄНІЧНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ ВИМОГИ

8.1 Кількість зовнішнього повітря, що надходить, на одну людину для житлових приміщень готелів рекомендується приймати в межах 60 $м^3$/год.

8.2 Житлова частина готелю та основні громадські приміщення повинні мати особливий захист від надходження небажаних запахів від приготування їжі, ремонтних робіт, експлуатації автотранспорту та інших механічних систем тощо.

8.3 Допускається озонування повітря житлових і громадських приміщень і очищення їх від двоокису вуглецю. Допустимі показники за основними хімічними забруднювачами повітря житлових приміщень готелю слід приймати згідно з вимогами ДСП 201.

8.4 Найменшу освітленість приміщень готелів штучним світлом слід приймати відповідно до таблиці 7.

8.5 Житлові приміщення готелів повинні бути захищені від неіонізуючого випромінювання, як від зовнішніх, так і від внутрішніх джерел (медичне, кухонне, технічне обладнання тощо.

8.6 В приміщеннях, де працює персонал, слід виконувати вимоги діючих Стандартів. У готелях категорій 4* і 5* рекомендується в разі потреби знижувати рівень неіонізуючих випромінювань технічними заходами.

8.7 У готелях категорій 4* і 5* слід, а в готелях інших категорій рекомендується застосовувати централізовані або покімнатні системи (установки) додаткового очищення води з урахуванням відповідних вимог.

Таблиця 7. *Найменша освітленість приміщень готелів штучним світлом*

Приміщення	Найменша освітленість, лк, при лампах:		Поверхня, до якої відноситься норматив
	розжарювання	люмінесцентних	
1. Житлові приміщення (номери)	100	200	0,8 м від підлоги
2. Вестибюль		150	підлога
3. Загальні вітальні, холи, буфети, бари тощо	75	200	підлога
4. Бюро обслуговування, адміністративні приміщення, приміщення обслуговування проживаючих	150	300	0,8 м від підлоги
5. Основні сходи, загальні коридори, центральна білизняна, майстерні, кімнати чищення і прасування	30(50)[1)]	100	підлога
6. Загальні санвузли, санвузли в номерах	30	75	підлога
7. Загальні душові	50	-	підлога
8. Приміщення обслуговуючого персоналу	75	150	0,8 м від підлоги
9. Складські приміщення	20	-	0,8 м від підлоги
10. Технічні приміщення	30	-	підлога
[1)] Число в дужках стосується майстерень			

8.8 Нормативні індекси ізоляції повітряного шуму і приведеного рівня ударного шуму для житлових, громадських і виробничих приміщень готелів слід приймати згідно з вимогами СНиП II-12.

Слід передбачати особливі заходи щодо захисту номерів і громадських приміщень від шуму з коридорів (шумозахисні двері, ущільнення в притулах, влаштування тамбурів або других дверей у передпокоях тощо) і від шуму та вібрації, що спричиняє механічне обладнання (влаштування амортизаторів, гнучких вставок, підвісок, плаваючих фундаментів тощо).

8.9 Рівні звукового тиску, еквівалентні та максимальні рівні звуку від зовнішніх та внутрішніх джерел шуму в житлових приміщеннях готелю повинні відповідати нормативам. Допустимі рівні шуму, що створюються в житлових приміщеннях системами вентиляції та іншим інженерно-технічним обладнанням (ліфти, насоси, електродвигуни, трансформатори тощо), необхідно приймати на 5 дБА нижче (поправка мінус 5 дБА) відповідних гігієнічних нормативів для нічного часу доби.

8.10 Допустимі рівні шуму в житлових приміщеннях від зовнішніх джерел повинні відповідати діючим Стандартам при дотриманні гігієнічних нормативів повітрообміну.

8.11 В житлових приміщеннях готелів вібрація від зовнішніх та внутрішніх джерел не повинна перевищувати величин, регламентованих СанПиН 1304.

8.12 Рівні напруженості статичного електричного поля на відстані 0,2 м від підлоги та стін не повинні перевищувати 15 кВ/м при відносній вологості повітря в межах 30-60 % згідно з вимогами СанПиН 6027.А.

8.13 Рівні напруженості електричного поля 50 Гц від огороджувальних поверхонь приміщення на відстані 0,2 м не повинні перевищувати 500 В/м згідно з вимогами ДСанПіН 239.

8.14 Рівні магнітного поля 50 Гц від огороджувальних поверхонь приміщення на відстані 0,2 м не повинні перевищувати 0,3 мкТл.

8.15 Гранично-допустимі рівні електромагнітних випромінювань від зовнішніх джерел в житлових приміщеннях готелів не повинні перевищувати наведених у ДСанПіН 239.

8.16 З метою зниження рівнів фонової радіоактивності при будівництві готелів категорій 4* і 5* слід обмежувати застосування виверженых порід і матеріалів, що пройшли термічну обробку з урахуванням вимог ДБН В.1.4-1.01.

Питома ефективна активність природних радіонуклідів (ПРН) у будівельних матеріалах і сировині, які використовуються в будівництві готелів, не повинна перевищувати 370 Бк/кг згідно з вимогами ДБН В.1.4-1.01 та ДБН В.1.4-2.01.

8.17 Потужність поглинутої у повітрі дози (ППД) гамма-випромінювання у приміщеннях готелів, які здаються в експлуатацію, не повинна перевищувати 73 пГр/с (30 мкР/год), а в тих, що експлуатуються, - 122 пГр/с (50 мкР/год).

8.18 Середньорічна еквівалентна рівноважна активність радону-222 в повітрі приміщень готелів, що проєктуються, заново побудовані або реконструйовані, не повинна перевищувати 50 Бк/м^3, а в тих, що експлуатуються, - 100 Бк/м^3 згідно з вимогами НРБУ.

8.19 Системи вентиляції, кондиціонування та опалення, теплотехнічні характеристики огороджувальних конструкцій повинні бути такими, щоб не допускати зволоження (шляхом конденсації, капілярності, затікання дощових та талих вод тощо) внутрішніх поверхонь і елементів готелів і створення умов для розмноження пліснявих грибів різного виду.

8.20 Будівельні та опоряджувальні матеріали, а також матеріали, що використовуються для виготовлення покрівлі, вбудованих меблів, систем гарячого та холодного водопостачання, вентиляції, повинні мати позитивний висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи.

8.21 Будинки готелів повинні бути обладнані ліфтами згідно з діючими вимогами Стандартів. При обладнанні будівлі ліфтами габарити кабіни хоча б одного з них повинні забезпечувати можливість транспортування людини на ношах.

8.22 Кришки завантажувальних клапанів сміттєпроводів на площадках сходових кліток повинні мати щільне прилягання, бути забезпечені герметизуючими та амортизуючими прокладками. Сміттєпроводи повинні бути обладнані пристроями, що забезпечують можливість їх очищення, дезінфекції та дезінсекції.

8.23 У системах кондиціонування повітря готелів рекомендується використовувати біполярні коронні іонізатори з створенням у просторі, що обслуговується, концентрацій легких позитивних і негативних аероіонів 1000-3000 іонів/см^3 при дотриманні показника переваги полярності від -0,11 до +0,11 згідно з СанПиН 2152.

8.24 Опорядження приміщень готелів повинно бути стійким до дезінфекції.

8.25 Застосовувані опоряджувальні матеріали, арматура, фурнітура і регулювальні пристрої повинні виключати можливість травматизму.

8.26 Оцінку екологічності проєктних рішень будинків готелів слід проводити за вимогами ДБН А.2.2-1 за двома напрямками:

а) екологічність умов проживання і виробничої діяльності персоналу;

б) вплив будинку на навколишнє середовище (пристрої і заходи, що забезпечують зниження шкідливих викидів в атмосферу, наприклад, встановлення фільтрів, очищення каналізаційних стоків від автостоянок, миття автомашин, виробничих процесів харчоблоків).

8.27 При проєктуванні елементів конструкцій, їх з'єднань, а також вентиляційних ґрат слід забезпечувати умови щодо захисту приміщень готелів від проникнення паразитуючих тварин і комах.

9. ПОЖЕЖНА БЕЗПЕКА

9.1 Проєктні рішення готелів повинні забезпечувати пожежну безпеку згідно з вимогами діючих Стандартів.

9.2 Мінімальні відстані (протипожежні розриви) між готелем та прилеглими до нього будинками (спорудами) слід приймати згідно з вимогами ДБН 360 та інших відповідних нормативних документів.

9.3 Слід передбачати під'їзд пожежних автомашин до будинків готелів згідно з вимогами ДБН 360, а також до пожежних гідрантів, основних евакуаційних виходів з будинку, входів, що ведуть до ліфтів, які мають режим роботи "Транспортування пожежних підрозділів".

Примітка. Допускається проєктувати під'їзди для пожежних автомашин по експлуатованих покрівлях стилобатів, прибудов, підземних автостоянок, розрахованих на відповідні навантаження.

9.4 Ступінь вогнестійкості будинків готелів та допустимі при цьому поверховість та площі протипожежних відсіків слід приймати за таблицею 8.

Таблиця 8. Ступінь вогнестійкості будівель готелів

Ступінь вогнестійкості	Гранична поверховість	Максимальна площа протипожежного відсіку, м^2
I	25 (але не вище 73,5 м умовної висоти)	2200
II	10	2200
III	5	1800
IV, III	1	1400
IV, IIIб	2	1000
V, IIIа, IVа	1	1000
V	2	800
Примітка 1. Для будинків I, II, III ступенів вогнестійкості, обладнаних автоматичними установками пожежогасіння (спринклерними установками водяного пожежогасіння), площа протипожежного відсіку може бути збільшена не більше ніж удвічі (крім підвальних поверхів). **Примітка 2.** У підвальній частині будинку готелю (незалежно від поверховості надземної частини) найбільша площа протипожежного відсіку може бути не більше 1000 м^2, для підземних автостоянок -згідно з ДБН В.2.3-15.		

9.5 Допускається розташовувати готелі (готельні приміщення) у громадських будинках іншого призначення, житлових будинках I, II, III ступенів вогнестійкості. Такі готелі (готельні приміщення) слід виділяти в окремий протипожежний відсік (протипожежними стінами класу вогнестійкості не менше REI 150-у будинках I ступеня вогнестійкості;

не менше REI 120-у будинках II, III ступенів вогнестійкості) із самостійними шляхами евакуації (коридорами, сходовими клітками, вестибюлями тощо), ліфтовими шахтами.

9.6 Вбудовані (прибудовані) приміщення незалежно від призначення, які розраховані на одночасне перебування більше 500 людей, повинні відокремлюватися від інших приміщень протипожежними стінами і перекриттями 1-го типу.

9.7 Приміщення (групи приміщень) загальною місткістю більше 100 місць, які складають єдиний архітектурний об'єм одного функціонального призначення (приміщення громадського харчування, культурно-дозвіллєвого призначення, житлові зони й інші групи приміщень), повинні бути виділені в окремий протипожежний відсік (протипожежними стінами класу вогнестійкості не менше REI 150-у будинках I ступеня вогнестійкості; не менше REI 120-у будинках II, III ступенів вогнестійкості) та мати самостійні шляхи евакуації (коридори, сходові клітки, вестибюлі).

9.8 Допускається у будинках готелів розміщувати підприємства роздрібної торгівлі загальною площею не більше 500 м^2 за умови відокремлення їх від інших приміщень протипожежними перегородками 1-го типу.

9.9 При розміщенні в складі готелів ресторанів, вар'єте та інших громадських приміщень місткістю більше 50 людей необхідно передбачати не менше одного евакуаційного виходу з цих приміщень на сходову клітку або безпосередньо назовні.

Допускається розміщувати на експлуатованих покрівлях готелів літні ресторани, кафе, оглядові і прогулянкові площадки за умов:

- одночасної місткості не більше 50 людей;
- застосування в усіх шарах покрівлі (крім пароізоляції) негорючих матеріалів;
- влаштування евакуаційних виходів, що ведуть до двох розосереджених сходових кліток.

9.10 У будинках I-III ступенів вогнестійкості офісні приміщення, які розташовані на поверхах із житловою зоною, повинні бути відокремлені від приміщень іншого призначення глухими протипожежними перегородками 1-го типу і мати вихід по окремому коридору на сходові клітки. Вихід із зазначених офісних приміщень до загальних сходових кліток будинку допускається передбачати через протипожежні двері 1-го типу (у будинках I, II ступенів вогнестійкості), 2-го типу (у будинках III ступеня вогнестійкості).

9.11 Проєктні рішення будинків готелів із атріумами (пасажами) повинні відповідати вимогам додатка К ДБН В.2.2-9.

9.12 Розміщення лазень і саун на житлових, підвальних і підземних поверхах забороняється за винятком розміщення лазень з мокрими процесами (вологі, парові, трав'яні тощо) у житлових номерах готелів.

9.13 Застосування евакуаційних сходових кліток, в залежності від умовної висоти готелю, слід передбачати згідно з ДБН В.2.2-9. При цьому у будинках готелів не слід застосовувати незадимлювані сходові клітки типу Н2, а сходові клітки типів СК1, СК2 повинні мати двері з ущільненнями у притулах та з пристроями для самозачинення.

9.14 У готелях матеріали покриття підлог на шляхах евакуації (загальних коридорах, сходових клітках, вестибюлях тощо) повинні відповідати вимогам ДБН В. 1.1-7, а покриття підлог у приміщеннях - вимогам ДБН В.2.2-9.

9.15 У двоповерхових будинках готелів із кількістю не більше 10 номерів як другий евакуаційний вихід із другого поверху допускається передбачати вихід на зовнішні сходи типу СЗ.

9.16 Вхідні двері в номери будинків готелів повинні мати клас вогнестійкості не менше ЕІ 30.

9.17 При визначенні параметрів шляхів евакуації розрахункову кількість людей у приміщеннях необхідно збільшувати проти проєктної місткості в 1,25 раза, за винятком видовищних й інших приміщень з регламентованою кількістю місць, а також підприємств роздрібної торгівлі, де чисельність покупців слід приймати з розрахунку однієї людини на 3 м^2 площі торговельного залу, включаючи площу, зайняту під обладнання.

9.18 Відстані по шляхах евакуації від найбільш віддалених вхідних дверей номерів готелів до дверей сходових кліток повинні бути не більше зазначених у таблиці 9.

Таблиця 9. Нормативи відстаней по шляхах евакуації

Ступінь вогнестійкості будинку	Відстань, м, при щільності людського потоку під час евакуації D, люд/м^2				
	D ≤ 2	2 < D ≤ 3	3 < D ≤ 4	4 < D ≤ 5	D > 5
із готельних номерів, розташованих між сходовими клітками або зовнішніми виходами					
I -III	60	50	40	35	20
IIIб, IV	40	35	30	25	15
IIIа, IVа, V	30	25	20	15	10
із готельних номерів з виходами у тупиковий коридор або хол					
I-III	30	25	20	15	10
IIIб, IV	20	15	15	10	7

IIIa, IVa, V	15	10	10	5	5
Примітка 1. Щільність людського потоку D, люд/м^2 визначається відношенням кількості людей, які евакуюються, до площі шляху евакуації (площі загального коридору будинку). **Примітка 2.** Відстань від вхідних дверей номерів готелів до дверей сходових кліток визначається по коридору до: -дверей сходових кліток типів СК1, СК2; -дверей виходу на повітряну зону сходової клітки типу Н1; -дверей виходу в протипожежний тамбур-шлюз сходових кліток типів Н3, Н4.					

9.19 При розміщенні на шляхах евакуації дверей, що замикаються за умовами експлуатації, у них повинні бути передбачені запори, що відчиняються (без ключа) з боку тих, хто евакуюється.

9.20 У будинках готелів (секційних будинках - у кожній секції) з умовною висотою понад 26,5 м слід передбачати не менше одного ліфта, що має режим роботи "Транспортування пожежних підрозділів", влаштування якого слід здійснювати згідно з НАПБ Б.01.007.

9.21 Розміщення трансформаторних підстанцій у готелях повинно передбачатися на першому, цокольному, підвальному або першому підземному поверхах, які мають вихід безпосередньо назовні. Трансформаторні підстанції повинні бути з сухими трансформаторами.

9.22 Всі готелі підлягають обладнанню автоматичними системами пожежної сигналізації.

9.22.1 Готелі, які розраховані на 50 та більше номерів (незалежно від поверховості), обладнуються адресними системами автоматичної пожежної сигналізації з встановленням виносного пристрою індикації про пожежу.

9.22.2 Сигнали про спрацювання систем протипожежної автоматики виводяться на пульти централізованого пожежного спостереження.

9.22.3 Автоматичними установками пожежогасіння обладнуються будинки готелів з умовною висотою понад 26,5 м. У зазначених будинках необхідно влаштовувати диспетчеризацію систем протипожежного захисту з обладнанням пульта керування.

9.22.4 Приміщення електронних АТС та серверних готелів категорій 4* та 5* необхідно обладнувати системами газового пожежогасіння.

9.22.5 Кухонне обладнання та системи вентиляції ресторанів готелів необхідно обладнувати спеціальними установками локального пожежогасіння згідно з вимогами НАПБ Б.06.004.

9.22.6 У приміщеннях, де встановлюються приймально-контрольні прилади, слід розміщувати плани поверхів (картки або плани пожежогасіння, узгоджені з місцевим органом Держпожнагляду).

9.23 Готелі слід обладнувати знаками безпеки та покажчиками згідно з ДСТУ ISO 6309 та ДБН В.2.5-28.

9.24 У готельних номерах та приміщеннях для обслуговуючого персоналу, які розташовані у будинках із атріумами (пасажами), у готелях умовною висотою понад 26,5 м категорії 3* і більше, у готелях 4* і 5* категорій незалежно від умовної висоти слід влаштовувати шафи зберігання засобів індивідуального захисту органів дихання для саморятування людей під час пожежі. Такі шафи повинні бути вбудованими (у стіну, перегородку) або навісними (кріпитися до стіни, перегородки), розміщуватися на висоті від 0,5 м до 1,0 м (від низу шафи до рівня підлоги), мати отвори для провітрювання. Кількість засобів індивідуального захисту органів дихання визначається за кількістю місць у готельних номерах та кількістю обслуговуючого персоналу. Габаритні розміри шаф повинні забезпечувати можливість розміщення зазначених засобів у шафі із розрахунку кількості місць у готельних номерах, кількості обслуговуючого персоналу та габаритних розмірів цих засобів. Зазначені засоби індивідуального захисту органів дихання повинні мати сертифікат відповідності.

Примітка. На дверцятах шаф (із зовнішнього боку) повинен бути напис «Засоби індивідуального захисту органів дихання для саморятування людей під час пожежі».

9.25 Готелі слід оснащувати вогнегасниками згідно з НАПБ Б.03.001. При цьому на кожному поверсі готелів слід передбачати розміщення не менше двох переносних вогнегасників.

Вогнегасники повинні відповідати ДСТУ 3675 та розміщуватися згідно з вимогами ГОСТ 12.4.009, НАПБ Б.01.008. Місцезнаходження вогнегасників має бути позначено знаком згідно з ДСТУ ISO 6309, який розміщується на видному місці.

Примітка. Готелі повинні бути забезпечені вогнегасниками до початку здачі їх в експлуатацію.

9.26 У будинках готелів умовною висотою 47 м і більше вікна у зовнішніх стінах повинні бути з класом вогнестійкості не менше Е 30.

10. ВИМОГИ ДО ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

10.1 У будинках готелів із кондиціонуванням повітря, а також за відсутності в районі будівництва готелю централізованого джерела теплопостачання слід у разі обґрунтування застосовувати системи теплоспоживання, що використовують відновлювані джерела енергії, у тому числі енергію навколишнього середовища, перетворену в теплових насосах.

10.2 Огороджувальні конструкції будинку, у тому числі світлопрозорі огорожі, слід проєктувати так, щоб розрахункові значення величин

опору теплопередачі, визначені з урахуванням теплопровідних включень, були не менше нормативних значень, установлених ДБН В.2.6-31.

10.3 Величини теплової потужності системи опалення і річного теплоспоживання системами опалення будинку, віднесені до одного квадратного метра загальної площі, не повинні перевищувати контрольних показників, установлених СНиП 2.04.05.

10.4 Системи теплоспоживання будинків, що керуються з теплових пунктів, повинні проєктуватися з пристроями для автоматичного регулювання теплової потужності. Індивідуальні регулятори теплової потужності слід передбачати біля кожного калорифера систем припливної вентиляції.

Індивідуальні регулятори температури прямої дії повинні встановлюватися біля кожного опалювального приладу. Регулятори встановлювати не потрібно в сходових клітках, у приміщеннях з кондиціонуванням повітря, в яких температура автоматично підтримується регуляторами місцевих кондиціонерів, а також у приміщеннях, в яких установлено три і більше опалювальних приладів, підключених до окремої гілки системи опалення, оснащеної груповим регулятором з виносним датчиком температури.

10.5 Припливні вентиляційні системи для приміщень, обладнаних витяжною вентиляцією з механічним спонуканням, повинні проєктуватися з утилізаторами тепла витяжного повітря. Встановлення дефлекторів на викиді витяжних систем не допускається.

10.6 Холодильні машини центральної системи кондиціонування повітря повинні, як правило, проєктуватися з пристроями, що забезпечують повне або часткове відведення теплоти конденсації холодильного агента до системи гарячого водопостачання. Холодильні машини систем технологічного холодопостачання ресторану повинні, як правило, проєктуватися з пристроями, що забезпечують у холодний час року повне відведення теплоти конденсації холодильного агента до системи теплоспоживання готелю.

10.7 Підвищувальні насоси систем водопостачання повинні проєктуватися з автоматикою, що забезпечує зменшення споживання електроенергії при скороченні споживання води. При тиску води на вводі водопроводу до будинку, який перевищує потрібний проєктний напір більше ніж на 0,1 МПа, необхідно встановлювати на вводі регулятори тиску "після себе".

10.8 Водопідігрівачі гарячого водопостачання приміщень громадського, виробничого і господарського призначення повинні проєктуватися з пристроями, що автоматично перекривають потік теплоносія в години неробочого часу.

Додаток А (до ДБН В.2.2-20:2008)

Площі номерів готелів різних типів.
Вимоги до різних типів номерів готелів

Таблиця А.1. *Площі номерів готелів різних типів*

Категорії готелів	Назва номерів	*Типи номерів*			% номерів кожного типу	Типи санвузлів[1)]	
		Кількість кімнат	Кількість міст	Житлова площа, м^2, не менше		Основний	Додатковий
5*	Президентський апартамент [2)]	3 та більше	1(2)	30	Не більше 5	А	Г
	Апартамент [2)]	2 та більше	2	45		Б	Г
	Дуплекс, люкс [2)]	2 та більше	2	35		Б	Г
	Напівлюкс, студіо	1	2	25	Не більше 35	В	-
	Номер І категорії	1	1(2)	14	Не менше 50	В	-
	Номер І категорії	1	2	16		В	-
4*	Апартамент [2)]	2 та більше	1(2)	50	Не більше 5	Б	Г
	Дуплекс, люкс [2)]	2 та більше	2	35		В	Г
	Напівлюкс, студіо	1	1	16		В	-
	Номер І категорії	1	1	10	Не менше 20	В	-
	Номер І категорії	1	2	15	Не менше 60	В	-
3*	Апартамент [2)]	2 та більше	1(2)	40	Не більше 5	Б	Г
	Дуплекс, люкс [2)]	2 та більше	1(2)	30		В	Г
	Номер І категорії	1	1	10	Не менше 20	В	-

	Номер І категорії	1	2	14	Не менше 70	В	-
2*	Люкс [2)]	2 та більше	1(2)	30	Не більше 5	В	Г
	Номер І категорії	1	1(2)	9(12)		В	-
	Номер ІІ категорії	1	2	12	Не менше 25	Г	-
	Номер ІІІ категорії	1	3	16	Не менше 50	Г	-
*	Люкс [2)]	2 та більше	1(2)	30	Не більше 3	В	Г
	Номер І категорії	1	1(2)	8	Не більше 7	В	-
	Номер ІІ категорії	1	2	12	Не менше 20	Г	-
	Номер ІІІ категорії	1	3	14	Не менше 60	Г	-

[1)]Види санвузлів та їх обладнання:

А. Унітаз, умивальник, біде, ванна або джакузі, душ, рушникосушильник, тепла підлога, фен, телефон, площею не менше 7,5 м^2.

Б. Унітаз, умивальник, ванна, душ, рушникосушильник, площею не менше 6,5 м^2.

В. Унітаз, умивальник, ванна або душ, рушникосушильник, площею не менше 3 м^2.

Г. Унітаз, умивальник, площею не менше 2,2 м^2.

[2)] З вітальнею не менше 16 м^2.

Примітка. Поповерхові загальні санвузли на житлових поверхах, а також санвузли у громадських зонах готелів та мотелів слід проєктувати за розрахунком на кожні 100 місць не менше: для чоловіків -один унітаз, один пісуар, для жінок - два унітази.

Таблиця А.2 *Вимоги до різних типів номерів готелів*

Показник	Номер вищої категорії					Стандарт, номер І категорії	Номер ІІ категорії	Номер ІІІ категорії	Номер ІV категорії	Номер V категорії
	Президентський апартамент	Апартамент	Люкс	Дуплекс	Напівлюкс, студіо					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Номерний фонд										
1.1 Одна житлова кімната					+	+	+	+	+	+
1.2 Двоповерховий номер з двох і більше житлових кімнат				+						
1.3 Дві і більше житлових кімнат – спальня, вітальня або кабінет			+							
1.4 Дві і більше житлових кімнат та кухонна ніша: спальня, вітальня або кабінет, або їдальня		+								
1.5 Три і більше житлових кімнат, міні-кухня або кухонна ніша, спальня, кабінет, вітальня або їдальня	+									

Продовження таблиці А.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2. Санітарно-технічне обладнання номера										
2.1 Умивальник, ванна або джакузі, душ, унітаз, біде	+									
2.2 Умивальник, ванна, душ, унітаз		+		+						
2.3 Умивальник, ванна або душ, унітаз			+		+	+				
2.4 Умивальник та унітаз							+	+		
2.5 Умивальник									+	
2.6 Додатковий санвузол	+	+								
3. Оснащеність номерів вбудованими меблями та інвентарем										
3.1 Кухонне обладнання	+	+								
3.2 Шафа з поличками, вішалкою і плічками						+[9)]	+	+	+	+
3.3 Шафа, вбудована шафа або ніша для одягу з поличками і плічками	+	+	+	+	+	+[9)]				
3.4 Міні-сейф у номері [1)]	+	+	+	+	+	+				
4. Телефонний зв'язок										
4.1 Міський телефон	+[10)]	+[10)]	+[10)]	+[10)]	+[5)]	+[5)]	+[10)]			
4.2 Прямий телефон з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах [2)]	+	+	+	+	+	+				
4.3 У кожній кімнаті номера [2), 7)]	+	+	+	+						
4.4 У санвузлах номера	+	+	+	+						
4.5 Пристрій для пробудження (таймер) [2). 8)]	+	+	+	+	+	+				
5. Електротехнічне обладнання номера										
5.1 Освітлення:										

Продовження таблиці А.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5.1.1 загальне освітлення номера від стельового (настінного) або надпідлогового світильника	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.1.2 світильник біля кожного ліжка	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.1.3 лампа, яка освітлює робоче місце (стіл) [3)]	+	+	+	+	+	+				
5.1.4 світильник над умивальником	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
5.1.5 вимикач освітлення у вході до номера та біля узголів'я ліжка	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.1.6 вимикач дистанційного керування загального освітлення біля узголів'я ліжка [4) 2)]	+	+	+	+	+	+				
5.1.7 фен для сушіння волосся у санвузлі	+	+	+	+	+	+[2)]				
5.2 Електричні розетки:										
5.2.1 із зазначенням напруги не менше 2-х на кімнату	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.2.2 у санвузлі	+	+	+	+	+	+	+	+		
5.2.3 для під'єднання до Інтернету [2)]	+	+	+	+	+	+				
5.2.4 різнопазові [2)]	+	+	+	+	+	+				

[1)] для готелів категорій 5*;
[2)] для готелів категорій 4*-5*;
[3)] для готелів категорій 3*-5*;
[4)] для нових та реконструйованих готелів;
[5)] для готелів категорії 3*;
[6)] для готелів категорії 4*;
[7)] вимога є необов'язковою за наявності переносної телефонної слухавки;
[8)] вимога є необов'язковою за наявності інтерактивного телебачення або запрограмованої побудки у телефонному апараті;
[9)] для готелів категорій 1*-2*;
[10)] для готелів категорій 1*-3*

Додаток Б (до ДБН В.2.2-20:2008)

Площі приміщень приймально-вестибюльної групи

Таблиця Б.1

Приміщення	*Місткість, місць*	*Площа приміщень, м², не менше, і залежно від категорії готелю*					*Примітки*
		*1**	*2**	*3**	*4**	*5**	
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Вестибюль	50	36	45	50	60	70	
	100	70	90	90	100	120	
	300	150	210	210	300	330	
				300	350	400	
	800	-	-	400	480	560	
	1000	-	-	-	600	-	
2. Бюро прийому і реєстрації	50	6	8	10	10	12	При вестибюлі
	100	8	10	12	12	14	
	300	10	10	12	12	14	
	500	-	12	12	14	16	
	800	-	-	12	12	16	
	1000	-	-	-	14	-	
3. Бюро бронювання	50	-	-	-	8	8	При вестибюлі
	100	-	-	8	8	8	
	300	8	8				
				10	10	10	
	800	-	-	10	10	10	
	1000	-	-	-	10	-	
4. Пункт оперативного та факсимільного зв'язку	50	6	6	6	6	6	При бюро бронювання або прийому
	100	6	6	6	6	6	
					8		
			8	8	8	8	
	800	-	-	8	10	10	
	1000	-	-		10	-	
5. Кімнати чергового персоналу	50	8	8	8	8	8	1-2 кімнати
	100	8	8	8	8	8	
	300	8	8	8	8	8	
	500	-	8	8	8	8	
	800	-	-	14	14	16	
	1000	-	-	-	16	-	

Продовження таблиці Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8
6. Службовий санітарно-технічний блок	50	3	3	6	6		Санвузол, душові, кімната особистої гігієни
	100	3	3	6	10	10	
	300	6	6	10	10	10	
					14	14	
	800	-	-	14	14	14	
	1000	-	-	-	14	-	
7. Кімната чергового адміністратора	50	-	-	-	12	16	
	100	8	8	8	12	16	
	300	8	8	8	12	16	
	500	-	8	8	12	20	
	800	-	-	12	16	20	
	1000	-	-	-	16	-	
8. Сейфова	50	-	-	-	-	-	При кімнатах чергового персоналу або відділеннях банків
	100	-	6	6	8	8	
	300	6	8	8	8	8	
	500	-	8	8	8	12	
	800	-	-	8	8	12	
	1000	-	-	-	8	-	
9. Швейцарська і приміщення носильників	50	-	-	-	-	-	Поблизу головного входу
	100	-	6	6	8	8	
	300	-	6	6	8	10	
	500	-	6	8	10	12	
	800	-	-	8	10	12	
	1000	-	-	-	10	-	
10. Камера схову	50	6	8	8	8	8	
	100	8	10	10	10	10	
	300	10	12	12	12	12	
	500	-	16	16	16	16	
	800	-	-	16	16	20	
	1000	-	-	-	20	-	
11. Приміщення охорони	50	8	8	8	8	8x2	Допускається об'єднання декількох кімнат
	100	8	8	8	8	8x2	
	300	8	8x2	8x2	8x2	8x3	
	500	-	8x2	8x2	8x2	8x3	
	800	-	-	8x3	8x3	8x4	
	1000	-	-	-	8x3	-	

Продовження таблиці Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8
12. Приміщення посильних	50	-	-	8	8	8	
	100	-	8	8	8	8	
	300	-	8	8	8	12	
	500	-	8	8	12	12	
	800	-	-	12	12	16	
	1000		-	-	12	-	
13. Відділення зв'язку	50	-	-	-	12	12	
	100	12	12	12	12	12	
	300	12	12	12	12	24	
	500	-	12	12	24	30	
	800	-	-	24	30	42	
	1000	-	-	-	42	-	
14. Телефонний переговорний пункт міжміського зв'язку	50	-	4	4	8	8	Допускається встановлення телефонів-автоматів. У готелях категорій 4* і 5* передбачається супутниковий зв'язок
	100	4	4	8	8	8	
	300	8	8	8	12	12	
	500	-	8	12	12	16	
	800	-	-	12	16	16	
	1000	-	-	-	16	-	
15. Відділення банків, пункт обміну валюти	500-1000						Допускається розміщення в бюро обслуговування з відповідним скороченням площ
16. Бюро обслуговування (включаючи кабінет завідуючого, операційний зал, кімнату перекладів, стенографів, машбюро, бюро множильної техніки, каси тощо)	50-100						Допускається суміщення з бізнес-центром

Продовження таблиці Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8
17. Гардероб	500-1000						3 розрахунку обслуговування до 10 % проживаючих і гостей
18. Приміщення портьє	50-1000						При застосуванні системи "Портьє"
19. Багажний вестибюль	100-1000	За завданням на проєктування з розрахунку 0,1 м^2 на одного гостя з обсягу організованого потоку, але не менше 12 м^2					Рекомендується для забезпечення обслуговування організованих потоків
20. Приміщення для багажних візків	100-1000	З розрахунку 3 м^2 на 100 проживаючих у готелі, але не менше 3 м^2					За відсутності багажного вестибюля і підношчиків багажу
21. Комора прибирального інвентаря	50-1000	З розрахунку 3 м^2 на 100 м^2 вестибюля, але не менше 3 м^2					Обладнати раковиною і трапом
22. Медпункт	50	-	-	-	-	14	
	100	-	14	14	I4	26	
	300	-	14	14	26	26	
	500	-	14	26	26	42	
	800	-	-	26	36	42	
	1000	-	-	-	36	-	
23. Санвузол (роздільний для жінок та чоловіків) з умивальниками у шлюзах		За розрахунком на кожні 100 місць не менше: для жінок – два унітази, для чоловіків – один унітаз, один пісуар					

Додаток В (до ДБН В.2.2-20:2008)

Склад і площі основних та допоміжних приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення

Таблиця В.1

Приміщення	Площа, м², не менше, для місткості готелю, місць					
	50	100	300	500	800	1000
1. Спортивний зал	-	-	108 (9х12)	216 (12х18)	432 (18х24)	648 (18х36)
2. Приміщення при спортзалі:						
а) снарядна;	-	-	12	18	30	36
б) кімната інструктора;	-	-	8	8	12	8+12
в) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	-	-	18х2	24х2	30х2	36х2
г) кімната медсестри;	-	-	8	12	12	16
д) господарська комора	-	-	4	4	6	8
3. Зал тренажерів	36	42	64	72	-	-
4. Приміщення при залі тренажерів:						
а) зберігання і ремонт тренажерів;	8	10	12	16	-	-
б) кімната інструктора;	8	8	8	8	-	-
в) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	12х2	16х2	18х2	24х2	-	-
г) господарська комора	4	4	6	8	-	-
5. Плавальний басейн (ванна)	-	-	17х8	25х9	25х12	25х9
6. Приміщення при басейні:	За розрахунком					
а) технічні приміщення;						
б) роздільні роздягальні з душовими і санвузлами;	-	-	20х2	30х2	40х2	50х2
в) кімната відпочинку;	-	-	8	12	12	12
г) кімната медсестри;	-	-	12	12	12	12х2

д) комора водного інвентаря;	-	-	4	6	8	8
е) господарська комора	-	-	4	6	6	8
7 Сауна:						
а) без басейну [1)] (у складі роздягальні, мийної, парильної, бара, кімнати відпочинку);	-	20	30	50	80	100
б) те саме з басейном	-	-	70	90	110	130
[1)] Допускається заміняти або доповнювати російською, східною або іншими видами лазень, склад яких уточнюється завданням на проєктування.						

Додаток Г (до ДБН В.2.2-20:2008)

Склад і площі групи адміністративних приміщень готелів

Таблиця Г.1

Приміщення	Площі приміщень, м^2, не менше, для готелів місткістю, місць						Примітки
	50	100	300	500	800	1000	
1. Кабінет директора	12	12	16	20	24	30	Для категорій 4* і 5* допускається збільшення на 20 %
2. Кімната відпочинку	-	-	12	12	12	12	Для категорій вище 3*
3. Санвузол	-	-	-	3	6	6	Для категорій вище 3*; 6 м^2 - з душовою
4. Приймальня	-	8	12	12	16	20	
5. Кабінет заступників директора	12	12	14	16	16	20	
6. Кімната головного інженера (техніка)	-	8	12	14	16	20	За наявності посад
7. Кімната завгоспа	10	12	12	16	16	18	
8. Кімната коменданта	-	-	8	10	10	12	За наявності посад
9. Відділ кадрів	-	-	12	16	24	36	

Продовження таблиці Г.1

1	2	3	4	5	6	7	8
10. Архів	8	12	16	20	24	30	
11. Бухгалтерія, у т.ч.:	16	22	30	38	44	54	
а) кабінет головного бухгалтера;	-	-	8	12	14	16	
б) робочі приміщення;	12	16	16	20	24	30	
в) каса	4	6	6	6	6	8	
12 Планово-виробничий або аналогічні відділи оперативного планування, у т.ч.:							
а) кабінет начальника;	-	-	8	10	12	14	
б) робочі приміщення	-	12	12	16	20	24	
13. Відділ праці і зарплати	-	-	12	16	20	24	За наявності посад
14. Відділ матеріально-технічного постачання	-	-	8	10	12	14	За наявності посад
15. Множильне (машинописне) бюро	-	-	8	8	12	16	
16. Кабінети начальників служб експлуатації (головний енергетик, начальник сантехнічної служби, головні спеціалісти з опалення, вентиляції і кондиціонування, начальник будівельної групи та ін.)	-	-	8	8	12	16	За наявності посад
17. Клас підвищення кваліфікації персоналу	-	-	-	36	36	36	
18. Зал зборів	-	-	60	80	120	150	Допускається проведення загальних зборів у їдальні персоналу й у приміщеннях зального комплексу
19. Санвузли з умивальниками у шлюзах	За розрахунком на 50% денної зміни: жіночі - один унітаз на 12 жінок, чоловічі - один унітаз, один пісуар на 18 чоловіків						

Додаток Д (до ДБН В.2.2-20:2008)

Склад і площі господарсько-виробничих приміщень готелів

Таблиця Д.1

Приміщення	Площі приміщень, м^2, не менше, для готелів місткістю, місць						*Примітки*
	50	100	300	500	800	1000	
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Центральний диспетчерський пост, у т. ч.:							
а) машинний зал;	-	-	-	За розрахунком			
б) операційний зал;	-	-	12	18	24	30	
в) пожежний пост;	За розрахунком, але не менше 15 м^2						
г) ремонтна майстерня;	-	-	-	12	12	16	
д) приміщення чергової ремонтної зміни;	6	8	10	14	18	22	
			-	-	-	8	
	-	-	-	18	24	30	
3. АТС:	За технічними умовами оператора комунікаційної мережі						
4. Вузол зв'язку, у тому числі:	12	14	72	80	110	134	
а) радіовузол;	6	8	8	8	8	16	
б) телестудія;	-	-	30	30	42	42	Категорії 3* і вище
в) ремонтна майстерня;	6	6	12	16	20	24	
г) склад техніки;	-		6	6	12	12	
д) кімната персоналу;	-	-	8	8	12	12	
е) служба часофікації;	-			-	-	8	
ж) служба відеопроекції;	-	-	8	12	16	16	За наявності систем
5. Центральна білизняна, у тому числі:							У готелях категорій 2* і вище слід збільшувати пропорційно до частоти зміни білизни
а) відділення чистої білизни;	12	16	20	24	30	42	
б) відділення брудної білизни;		8	12	16	20	30	
в) приміщення розбирання брудної білизни;	6	8	8	12	12	12	При відділенні брудної білизни

Продовження таблиці Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
г) майстерня лагодження білизни;	4	4	6	6	8	12	
д) кабінет завідуючого білизняним господарством;	-	-	-	8	10	12	
е) розвантажувальний майданчик	-	-	6	6	6	8	За відсутності пральні постільної білизни в готелі
6. Служба дезінфекції	-	-	6	5	6		
7. Служба прибирання території (двірницька), у тому числі:							
а) побутові приміщення;	6	6	8	12	12	16	
б) склад прибирального інвентаря;	-	4	4	6	8	10	
в) склад видаткових засобів;	-	4	6	8	10	12	
г) склад садового інвентаря й прибиральної техніки	За розрахунком						За наявності озеленення і дорожньо-паркової зони
8. Майстерні, у т.ч.:	40	60	106	140	156	212	
а) електротехнічна;	8	8	12	16	24	30	
б) сантехнічна;	-	8	12	16	24	30	
в) слюсарна;	8	8	12	16	30	42	
г) КВП і А;	-	8	12	16	30	42	
д) торговельного і технологічного обладнання;	-	-	12	24	36	48	
е) столярна;	16	16	30	36	42	48	
ж) малярна;	8	12	16	16	24	30	
к) кімната художника	-	-	-	10	14	18	
9. Складські приміщення, у тому числі:							У готелях категорій 4* і 5* слід збільшувати пропорційно частоті зміни білизни
а) резервний склад білизни;	6	8	12	16	20	30	
б) склад драпірувань;	-	6	8	10	12	16	
в) матеріально-технічні склади;	20	30	40	50	70	90	

Продовження таблиці Д.1

1	2	3	4	5	6	7	8
г) склад видаткових матеріалів;	12	16	20	24	30	40	
д) склад меблів;	20	30	50	70	90	110	
е) склади технічних служб (електротехнічної, сантехнічної, КВП і А, засобів зв'язку тощо);	За розрахунком						Розміщують, як правило, поблизу ремонтних майстерень
ж) склад лакофарбових матеріалів;	Розраховується на зберігання не більше 50 кг						Зі здійсненням необхідних протипожежних заходів
з) склад пиломатеріалів	16	20	24	30	40	60	
10. Побутові приміщення виробничого персоналу, санвузли та душові	За розрахунком						Згідно зі СНіП 2.09.04
11. Пральня	За розрахунком						Згідно з ДБН В.2.2- 11
12. Господарські	1 - 2 на поверх із розрахунку 3 м^2						

Додаток Д
(основний)

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. Затверджені форми документів первинного обігу 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.

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

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

_____

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

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

Форма № 3-г

Готельний комплекс **«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

_____

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ **Наказ Держбуду України**

«30»_____10____2000

Код за ДКУД **№ 230**

ВІЗИТНА КАРТКА
HOTEL CARD

Прізвище _____
Surname

№ кімнати _____
Room №

Термін проживання _____
Duration of stay

Форма № 4-г

Готельний комплекс

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

_____

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Наказ Держбуду України

«30»_____10_____2000

Код за ДКУД

№ 230

Hotel _____
Готель
Адреса
_____
Address

Рахунок/Invoice № _____
"___"_____ 200 _ р.

П.І.Б. клієнта _____

Name of client

№ кімнати

_____

Room №

Прибув

_____

Arrive

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 _____

Форма № 5-г

Готельний комплекс **«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ **Наказ Держбуду України**

«30»____10____2000

Код за ДКУД **№ 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

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

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.

Форма № 7-г

Готельний комплекс **«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ **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

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

_____

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Наказ Держбуду України

«30»_____10____2000

Код за ДКУД

№ 230

Касовий звіт за "___"_____ 20__ 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 _____

Форма № 9-г

Готельний комплекс **«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ **Наказ Держбуду України**

«30»_____10_____2000

Код за ДКУД **№ 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 **«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ **Наказ Держбуду України**

«30»_____10_____2000

Код за ДКУД **№ 230**

ЖУРНАЛ
осіб, які проживають на поверсі

Усього номерів	Всього місць	Додаткові місця	Проживає	На броні	У простої	На ремонті	Виїжджає
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 впродовж 2-х 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 (портьє, 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 (портьє, 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 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.

Додаток Е
(основний)

СТАНДАРТ ПРИБИРАННЯ В ГОТЕЛЬНИХ НОМЕРАХ
(скорочено)

(даний стандарт береться за основу, проте в кожному закладі розміщення на розгляд адміністрації зазначаються конкретні засоби, техніка, інвентар, що використовуються для прибирання)

Стандарт 2.1. Мобільний телефон

Перед початком роботи покоївка здає свій мобільний телефон в камеру схову і отримує внутрішній телефон Готелю.

Стандарт 2.2. Форма

Приступаючи до роботи, покоївка бере у білизняній і одягає чисту, добре випрасувану форму, службовий значок (бедж). Якщо форма не готова, повідомляє адміністратора зміни, який вповноважений в цьому випадку видати резервний комплект і призначити перевірку роботи відповідного підрозділу.

Стандарт 2.3. Обладнання, інвентар, матеріали

Покоївка перевіряє справність візка, інвентарю/устаткування для прибирання. При виявленні несправностей (у візку, інвентарі/устаткуванні для прибирання) інформує адміністратора зміни.

Покоївка також перевіряє наявність у візку інформаційного/рекламного матеріалу про Готель, буклетів з описом додаткових послуг (рекламна продукція завжди лежить у візку в певній кількості). У разі відсутності таких, відразу інформує адміністратора зміни і отримує те, чого не вистачає.

Потім підходить до адміністратора і повідомляє про свою готовність до роботи.

Стандарт 2.4. Готовність до роботи. Передача зміни

Адміністратор зміни перевіряє готовність за чек-листом "Готовність до роботи".

Він же перевіряє записи попередньої зміни в "Змінному журналі" і, при появі додаткового завдання (незавершеної роботи, особливих подіях або проблемах, відхиленнях від графіка зміни білизни в заселених

номерах і так далі), видає відповідні завдання.

Покоївка переглядає "Змінний журнал" впродовж робочого дня кожні N годин для ознайомлення/отримання інформації про додаткове завдання.

Стандарт 2.5. Ключі від номерів, послідовність прибирання

Перед початком зміни покоївка отримує у адміністратора службові ключі від тих номерів, які закріплені за нею, і завдання на прибирання, в якому вказана послідовність поточного прибирання номерів з урахуванням правила:

- спочатку прибирає заброньовані на поточний день номери;
- потім – номери, що звільнилися після виїзду Гостя;
- після цього – заселені;
- останніми – вільні.

Стандарт 2.6. Отримання інвентаря, засобів для миття і чищення, предметів гостинності для клієнтів

Після отримання завдання у адміністратора покоївка отримує на складі:

a) необхідний інвентар/устаткування для прибирання (пилосос, відра, швабри, ганчірки, дрантя, рушники для протирання посуду і скла та ін.);

b) засоби для миття і чищення (для миття скла, санвузлів, підлог різного покриття, чищення килимів, чищення металевих і інших виробів, для підтримки блиску полірованих поверхонь меблів, для видалення пилу пилососами і так далі);

c) туалетне приладдя, предмети особистої гігієни для Гостей (шампунь, мило, зубна паста/щітка, туалетний папір і інші предмети, прийняті для викладення Гостям в Готелі);

d) письмово-паперове і канцелярське приладдя (папір для листів, фірмові конверти, блокнот, ручка, олівець);

e) необхідну кількість постільної білизни і рушників.

Стандарт 2.7. Комплектація візка

Комплектація візка робиться так:

a) *верхній відсік* – для предметів гостинності, рекламної продукції, туалетного приладдя (мило, шампунь, гель для душу, зубна паста/щітка, гребінець, туалетний папір та ін.);

b) середній відсік – для чистої постільної білизни, рушників і халатів.

***Увага**: Транспортувати чисту постільну білизну і рушники у відкритому вигляді заборонено, доцільно використовувати спеціальний поліетиленовий/полотняний пакет (якщо у візку немає контейнера/мішка для чистої білизни);*

c) *нижній відсік* – для ганчірок, засобів для чищення і миття, інвентаря для прибирання;

d) з одного боку візка кріпиться поліетиленовий пакет або полотняний мішок – для брудної білизни;

e) з іншого боку – мішок для сміття.

РОЗДІЛ ІІІ. "ПРИБИРАННЯ НОМЕРА"

Стандарт 3.1. Періодичність і час прибирання номерів

Покоївка виконує прибирання готельних номерів:

- із заданою циклічністю (періодичністю) і
- у рамках заданого часу на прибирання.

Циклічність прибирання залежить від типу прибирання і групи номерів (стандартні, поліпшеного планування, напівлюкс, люкс і тому подібне).

Наприклад,

- поточне прибирання стандартних заселених номерів – один раз на два дні, номерів поліпшеного планування – щодня;
- проміжного (впродовж дня) прибирання стандартних заселених номерів – немає, «люкс» же прибирається – двічі на день;
- вечірньої підготовки стандартних заселених номерів – немає, в напівлюксі ж – є і т.д.

Час прибирання залежить від типу прибирання.

Наприклад,

до розрахункової години (зазвичай, 12:00) – прибирання заброньованих номерів; після розрахункової години – прибирання номерів, що звільняються, поточне або генеральне прибирання заселених і вільних номерів; з 14:00 до 16:00 – проміжне (упродовж дня) прибирання заселених номерів; з 20:00 до 22:00 – вечірня підготовка заселених номерів.

При цьому, якщо прибирання заброньованих номерів закінчилося раніше розрахункової години, то інші прибирання можуть починатися і раніше 12:00.

Стандарт 3.2. Тривалість прибирання номера

На прибирання одного номера покоївка витрачає стільки часу, скільки встановлено нормативами. *Тривалість прибирання залежить від типу прибирання*:

- прибирання перед заселенням номерів, що звільняються або вільних;
- прибирання номерів (при виїзді Гостя з готелю/заміні номера для Гостя), що звільняються;
- поточне або проміжне (упродовж дня) прибирання заселених номерів;

- вечірня підготовка до сну заселених номерів;
- поточне прибирання вільних номерів;
- генеральне прибирання номерів

і групи номерів:

- стандартні одномісні однокімнатні з одномісним розміщенням невеликого метражу (до ...м^2);
- стандартні двомісні з додатковим ліжком;
- поліпшеного планування одномісні двокімнатні з одномісним розміщенням середнього метражу (від ... до ...м^2) тощо.

Стандарт 3.3. Як і коли розпочинати прибирання номера

Покоївка пам'ятає, що прибирання номерів проводиться за відсутності Гостя, за винятком випадку, коли Гість не збирається нікуди йти і просить прибрати в його присутності.

Навіть якщо Гість здав ключі (тобто ймовірно гарантовано відсутній в номері), перед тим, як увійти до номера Гостя, покоївка повинна:

a) тричі постукати в двері і представитися "Покоївка" ЧИ "Прибирання номера";

b) якщо Гість не відповів - повторити пункт "a" ще двічі;

c) переконавшись, що номер порожній, відкрити двері своїм ключем.

Стандарт 3.4. Коли Гість у номері. Перед прибиранням

Якщо Гість перебуває в номері і таблички "Прохання не турбувати" на дверях немає, покоївка ввічливо вітається і питає дозволу на прибирання: "Доброго ранку (до 11:00), дня (до 17:00), вечора (після 17:00). Чи можу я прибрати номер"?

Покоївка шанобливо ставиться до прохання Гостя повернутися через деякий час. Вона обов'язково запитує: "Приблизно о котрій годині підійти для прибирання номера так, щоб я Вас не потурбувала? Дякую"! (Жодних інших слів!).

Стандарт 3.5. Коли Гість в номері. Прибирання

Коли покоївка прибирає номер у присутності Гостя, вона робить це якомога непомітніше:

a) не намагається заговорити з Гостем; розмовляє тільки, якщо Гість сам ставить питання;

b) не сідає на ліжко/стілець/крісло;

c) якщо Гість ставить питання – відповідає доброзичливо, коротко і по суті;

d) не палить, не випиває в номері разом з Гостем, навіть якщо Гість сам це запропонував;

e) не розчулюється побачивши маленьких дітей і не намагається грати з ними.

Стандарт 3.6. Табличка "Прохання прибрати"

Якщо на дверях певних номерів висять таблички "Прохання прибрати", покоївка прибирає такі номери в першу чергу (послідовно).

Стандарт 3.7. Табличка "Прохання не турбувати"

У номери з табличкою "Не турбувати" заходити і стукати **заборонено**.

Стандарт 3.8. Якщо Гість повертається під час прибирання

За ситуації, коли під час прибирання в номер повертається Гість, покоївка вибачається і ввічливо говорить Гостю про час закінчення прибирання: "Через п'ять хвилин я закінчу прибирання".

Якщо Гість незадоволений і просить піти, покоївка інформує Гостя про те, що прибирання ще не закінчене, і запитує: "Коли Вам зручно, щоб я закінчила прибирання?", "Приблизно через скільки хвилин мені повернутися, щоб закінчити?"

Стандарт 3.9. Завершення прибирання в присутності Гостя

Завершивши прибирання номера у присутності Гостя, покоївка посміхається і бажає Гостеві вдалого дня або приємного відпочинку і запрошує його приїхати знову (у разі, якщо Гість виїжджає з Готелю), використовуючи прийнятий в Готелі "мовний модуль": "Приємного відпочинку"! ЧИ "Вдалого дня! Приїжджайте до нас ще"!

Стандарт 3.10. Проміжне прибирання номера

(Примітка: наявність в Готелі проміжного прибирання номерів залежить від категорії Готелю.)

Усі номери в Готелі постійно повинні бути в зразковому санітарному стані, тому в другій половині дня за завданням адміністратора/графіку прибирання покоївка проводить проміжне прибирання заселених номерів:

a) видаляє сміття з попільничок, кошиків, відра для сміття; миє попільничку, замінює сміттєвий пакет у відрі;

b) наводить лад на столі, тумбочках (розкладає папери/газети/журнали, розкидані предмети по місцях, речі Гостя акуратно складає на видне місце та ін.);

c) застеляє ліжко, якщо Гість відпочивав і ліжко не застелене;

d) миє ванну (якщо Гість користувався нею впродовж дня) і замінює використані рушники.

Стандарт 3.11. Вечірня підготовка номера

За правилами Готелю і/або на прохання Гостя покоївка проводить вечірню підготовку номера до сну Гостя:

a) відкриває вікно/кватирку для провітрювання номера;

b) виносить сміття, розкидані предмети розкладає по місцях, речі Гостя акуратно складає на видне місце тощо;

c) готує ліжко до сну (збиває подушки, струшує ковдру, покривало акуратно складає на стілець та ін.).

Стандарт 3.12. Прибирання незаселених номерів

Якщо незаселені номери прибрані попередньою зміною, то покоївка діє так:

a) перевіряє:

- якість прибирання номера і санвузла;
- комплектацію теки Гостя;
- наявність повного викладення туалетного приладдя і предметів сан. гігієни;
- роботу побутової техніки, телефону, освітлювальних приладів.

b) протирає пил з полірованих поверхонь.

Стандарт 3.13. Що не можна робити під час прибирання номера

Під час проведення прибирання в номері покоївці категорично **ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ**:

a) зачинятися в номері;

b) гримати дверима;

c) сідати/ставати на столи, дивани, крісла і інші меблі;

d) дивитися телевізор, слухати музику;

e) користуватися санвузлом, устаткуванням номера для особистих потреб;

f) знаходитися в номері без діла;

g) пускати сторонніх в номер (за винятком співробітників готелю, які проводять ремонтні/сантехнічні роботи);

h) розмовляти по телефону з особистих питань;

i) відволікатися на будь-які особисті справи.

Стандарт 3.14. При заміні номера

Під час проживання Гостя в Готелі можуть виникнути ситуації, коли потрібна заміна номера (несправності в номері, переведення в номер іншої категорії, при продовженні терміну проживання та ін.).

Покоївка отримує інформацію/завдання від адміністратора про переведення Гостя в інший номер, перевіряє номер, що звільняється, допомагає Гостеві і повідомляє адміністратора про результати перевірки/огляду.

РОЗДІЛ IV. "ПОТОЧНЕ ПРИБИРАННЯ НОМЕРА"

Стандарт 4.1. Провітрювання

Приступаючи до прибирання кожного номера, покоївка провітрює приміщення: взимку відкриває кватирку, влітку – вікно (номер провітрюється упродовж усього періоду прибирання). При цьому покоївка не

забуває заздалегідь вимкнути кондиціонер/спліт-систему (за їх наявності). Якщо в номері температура не вища ...0С, покоївка відкриває вікно/кватирку не більше ніж на 5-10 хвилин.

Стандарт 4.2. Порядок прибирання багатокімнатних номерів

При прибиранні номерів, які складаються з декількох кімнат, покоївка дотримується наступної послідовності:

a) спочатку прибирає спальню;

b) потім – їдальню, кабінет, вітальню, передпокій;

c) у кінці – прибирає санвузол.

Якщо номер двоповерховий, покоївка розпочинає прибирання з другого поверху, потім прибирає перший поверх, далі миє сходи і закінчує передпокоєм.

Стандарт 4.3. Прибирання ліжка

Прибираючи і застеляючи ліжко, покоївка:

- обов'язково перевертає перину;
- знімає і перевертає наматрацник;
- струшує простирадло і підковдру;
- збиває подушку.

Перина/наматрацник і подушки мають бути в чохлі, вовняна ковдра – в підковдрі.

Застеляння ліжка покоївка проводить так:

- розстилає простирадло так, щоб один її край (до внутрішньої сторони ліжка) був підвернутий під перину/наматрацник,
- інший доходив до царги (краї матраца) ліжка;
- розпрямляє подушку і ковдру з підковдрою (обов'язково закриваючи подушку);
- для денного утримання накриває ліжко покривалом.

Стандарт 4.4. Вода питна

Покоївка ставить цілу/закорковану пляшку з водою на стіл, при цьому: *міняє* порожню пляшку на повну, якщо в пляшці залишилася вода (навіть велика частина), ставить поруч цілу.

Стандарт 4.5. Компліменти

Якщо правилами Готелю передбачені компліменти для Гостя, покоївка не забуває їх розкласти на заправлене ліжко: фігуру з рушника; на стіл: фірмовий шоколад тощо.

Стандарт 4.6. Речі Гостя

Після прибирання ліжка покоївка впорядковує речі Гостя:

- розвішені/розкладені в шафі речі НЕ ЧІПАЄ;
- розкидані по кімнаті речі акуратно складає НА ВИДНОМУ МІСЦІ;
- взуття розставляє акуратно парами;

- цінні речі Гостя залишає на тому ж місці, де виявила (на столі, тумбочці, ліжку, у ванній кімнаті).

Стандарт 4.7. Інформація про Готель, таблички, довідкові матеріали, тека Гостя

У розпорядженні Гостя має бути ясна і повна інформація про послуги Готелю, правила користування обладнанням/інвентарем/ приладдям номера та ін.

Тому покоївка обов'язково перевіряє наявність в теці Гостя:

a) інструкції з користування телефоном і розцінки на телефонні переговори;

b) рекламних і інформаційно-довідкових матеріалів про Готель;

c) буклетів додаткових послуг із вказівкою розцінок;

d) інформаційного матеріалу про використання платних каналів ТБ;

e) інструкції до електронного сейфа (за його наявності);

f) табличок "Не турбувати", "Прохання прибрати" (вони повинні бути без зовнішніх ушкоджень і висіти на ручці дверей з боку кімнати).

Якщо вказані інструкції/буклети відсутні, інформація в них застаріла і/або зовнішній вигляд неакуратний (загнуті сторінки, краї, є помарки тощо), покоївка відразу ж замінює/поповнює такі інструкції/буклети.

Стандарт 4.8. Канцелярія для Гостя

Покоївка перевіряє наявність письмово-паперового і канцелярського приладдя і замінює/поповнює при необхідності:

a) стопку паперу для листів (стопка заввишки не менше 1 см),

b) фірмові конверти (повинно бути не менше N шт.),

c) блокнот (заміна на новий після виїзду Гостя),

d) ручку (заміна на нову після виїзду Гостя),

e) олівець (заміна тупого олівця, заміна на новий після виїзду Гостя).

Стандарт 4.9. Квіти

У номері є квіти, тому покоївка:

a) перевіряє землю в горщиках з "живими" квітами на вологість;

b) при необхідності - поливає, доливає воду у блюдце (підставку);

c) видаляє сміття, сухе листя з горщиків з квітами;

d) протирає квіткові підставки і горщики.

Якщо в номері стоїть ваза зі свіжозрізаними квітами, то воду в ній міняти потрібно щодня, а сам букет замінювати на свіжий через кожні два дні.

Стандарт 4.10. Попільнички

В номері "для тих, хто палить" покоївка обов'язково миє попільнички і/або замінює використані попільнички на чисті.

Стандарт 4.11. Побутові прилади

При прибиранні номера покоївка перевіряє робочий стан (і за необхідності регулює):

a) побутові прилади (телевізор, холодильник);

b) телефон;

c) кондиціонер/спліт-систему (якщо вимкнений – налаштовує на температуру N градусів, якщо працює – не збиває налаштування Гостя);

d) пульти дистанційного керування для телевізора/спліт-системи і так далі (розміщує по своїх місцях [на столі/приліжковій тумбочці/спеціальному пристосуванні для пульта тощо]).

Стандарт 4.12. Чим і як мити посуд

Щоразу разу весь брудний посуд, залишений Гостем, покоївка миє з використанням еталонного миючого засобу (ВКАЖІТЬ), посуд із прозорого скла миє і протирає тільки спеціальною серветкою (ВКАЖІТЬ) для скла (а не дме на неї).

Перш ніж продовжити прибирання, не забуває накрити вимитий посуд чистим рушником.

Стандарт 4.13. Драптя, ганчірки

Покоївка завжди дотримується норм особистої гігієни і гігієни праці: ніколи не забуває про те, що драптя і ганчірки для прибирання номерів промарковані, мають різний колір (залежно від функції (для миття стін, підлог, скла тощо)) і повинні використовуватися строго за призначенням. У тому числі, НЕПРИПУСТИМО витирати підлогу тим же драптям, що і меблі. Тим більше, не МОЖНА протирати меблі чи інші предмети рушником навіть за відсутності Гостя (оскільки звичка закріплюється).

Стандарт 4.14. Еталонні засоби для миття та чищення

Покоївка знає, які засоби застосовуються при прибиранні номера, тому для миття/чищення різних поверхонь вона використовує (необхідно вказати назву засобів для миття чи чищення, які використовуються в готелі):

a) для блиску меблів - "…";

b) для чищення килимів/покриттів - "…";

c) для миття підлог: мармурових - "…"; мозаїчних - "…"; паркетних - "…"; глазурованих плиток - "…";

d) для миття дощатих, пофарбованих масляною фарбою підлог і лінолеуму - "…";

e) для чищення мідних, латунних, бронзових виробів - "…";

f) для миття скла - "…";

g) для миття санвузлів - "…";

h) для видалення пилу - "…", в т.ч. миючими пилососами.

Стандарт 4.15. Діагностика забруднень

Покоївка охайна, тобто здатна помічати навіть дрібні забруднення: розводи на дзеркалі/склі, пил у важкодоступних місцях, плями на стінах, затертості/забруднення на одвірках і так далі - і відразу усувати (протирати/мити) їх.

При виявленні на стінах, килимах, меблях і інших поверхнях плям, покоївка оперативно розпізнає вид забруднення і застосовує відповідний (згідно з інструкцією) очисник/засіб для виведення плям.

Стандарт 4.16. Вологе прибирання

Вологе прибирання номерів робиться світлим вологим драпнтям/ганчіркою (з відповідним маркуванням) в такій послідовності:

a) видаляється пил з меблів (в т.ч. усередині і/або зовні шаф, тумбочок, столів, спинки ліжок і так далі), дверей, дверних коробок, підвіконь, віконних рам, радіаторів та ін.;

b) протирається побутова техніка (телевізор, холодильник, телефон та ін.);

c) протираються предмети інтер'єру (рамки картин, настільні лампи, статуетки та ін.), вимикачі, розетки;

d) миються і поліруються дзеркала і скляні поверхні (окрім віконного скла, скляних перегородок, вітражів та ін.);

e) видаляється пил порохотягом з килима, приліжкового килимка, килимового покриття, м'яких меблів;

f) протираються плінтуси і миється підлога за допомогою миючого засобу.

Стандарт 4.17. Прибирання ванної кімнати

Прибирання в номері завершується наведенням порядку у ванній. Розпочинаючи прибирання, покоївка завжди одягає гумові рукавички і гумовий фартух.

Послідовність прибирання така:

протирає вологою ганчіркою/драпнтям і полірує:

a. навісну полицю,

b. дзеркало,

c. тримач для рушника,

d. дверні ручки,

e. стіни,

f. меблі(шафи, тумбочки, вішалки для одягу і так далі);

миє/натирає сантехнічне приладдя/предмети санвузла (крани, змішувачі, мильниці, склянки для щіток/води та ін.);

чистить:

a. умивальник,

b. ванну (піддон для душу),

c. душову кабіну (відповідним інвентарем (вказано) і засобом для чищення (вказано)); чистить унітаз/біде за допомогою йоржика і засобів для чищення (вказано);

d. дверні ручки,

e. стіни,

f. меблі (шафи, тумбочки, вішалки для одягу та ін.);

миє зовні:

a. умивальник,

b. ванну (піддон для душу),

c. душову кабіну,

d. біде,

e. зливний бачок,

f. унітаз;

замінює розчин в місткості для йоржика;

видаляє пакет із сміттям з відра/кошика;

замінює пакет для сміття;

миє гумовий килимок і підлогу (з додаванням дезінфікуючого препарату (вказано)); обробляє усі поверхні санвузла (сантехніку, стіни, аксесуари) дезінфікуючим розчином (вказано);

на унітазі залишає табличку " Продезинфіковано".

Стандарт 4.18. Предмети гостинності у ванній кімнаті

Після закінчення прибирання ванної кімнати і санвузла і після дезінфекції рук покоївка ставить на полицю склянки за кількістю гостей, які проживають у номері, і розкладає необхідний набір предметів гостинності (набір залежить від категорії готелю):

a) туалетний папір;

b) предмети разового споживання у фірмовому виконанні – туалетне мило, шампунь, гель для ванни, зубна паста, зубна щітка тощо;

c) гігієнічні пакети, серветки, шапочку для купання, тапочки та ін.;

d) заправляє ємкості рідким милом;

e) викладає поліетиленові пакети для білизни, речей, що здаються в прання/хімчистку;

f) застосовує аерозоль-освіжувач (натискає на кнопку 2 рази по 3 секунди) і, при необхідності, замінює використаний освіжувач.

Предмети гостинності разового споживання покоївка змінює, якщо вони частково/повністю витрачені. Невитрачені шампуні/мило/зубну пасту покоївка не замінює і НЕ БЕРЕ СОБІ, а залишає на полиці/в кошику для туалетного приладдя АБО складає в спеціальний контейнер для подальшої утилізації.

Стандарт 4.19. Рушники

Покоївка збирає в кошик усі рушники, що лежать НЕ НА УТРИМУВАЧАХ ДЛЯ РУШНИКІВ (на підлозі, на бачку, на ванні та ін.).

Покоївка докладає/вивішує на утримувач для рушників не менше N рушників (на кожного Гостя, що проживає в номері):

a) для тіла (розміром … x ...);

b) для рук (розміром ... x ...);

c) для ніг (розміром ... x ...);

d) для пляжу/басейну (розміром … x ...).

Стандарт 4.20. Періодичність зміни білизни і рушників

Покоївка міняє постільну білизну і рушники в номері з наступною періодичністю:

a) зміна використаних рушників – щодня (використаними вважаються усі рушники, що лежать НЕ НА УТРИМУВАЧАХ ДЛЯ РУШНИКІВ: на підлозі, на бачку, на ванні).

b) зміна постільної білизни :

- в заселених номерах кожні 2 дні (у разі відсутності видимих забруднень; при виявленні забруднень – відразу);

- після від'їзду Гостя – під час прибирання номера;

Якщо в номері живе декілька Гостей, то покоївка не складає усі використані рушники в одну стопку, а розвішує/розкладає їх за числом тих, хто проживає (не порушуючи порядку, заданого Гостями).

Стандарт 4.21. Самоперевірка

Покоївка пам'ятає, що її зусиллями в номері відновлюється не лише чистота, але... і відчуття порядку і комфорту.

Тому перед виходом з номера перевіряє:

a) повітря свіже, в номері немає сторонніх/неприємних запахів - вікна були відкриті перед початком прибирання;

b) килим/килимові покриття/підлоги доглянуті, чисті;

c) відсутні сміття, волосся, пил тощо на підлозі/стінах/меблях;

d) постільна білизна/рушники - без плям і дірок;

f) побутова техніка, меблі, сантехнічні/освітлювальні прилади в робочому стані, без плям і слідів пилу;

g) штори/фіранки чисті, акуратно розвішені/запнуті;

h) телефонний апарат протертий, шнур лежить акуратно;

i) годинник в номері показує точний час.

РОЗДІЛ V. "ГЕНЕРАЛЬНЕ ПРИБИРАННЯ НОМЕРА"

Стандарт 5.1. Додаткові роботи, що роблять поточне прибирання генеральним

Під час генерального прибирання покоївка дотримується послідов-

ності поточного прибирання номерів, але понад це виконує наступні додаткові дії:

a) миє вікна (не менше 2 разів на рік), вітражі, лоджії, вітрини, скляні перегородки/двері, видаляє розводи зі скла;

b) протирає/чистить стіни, стелі, панелі, плінтуси;

c) прочищає вентиляційні грати, радіатори;

d) чистить і полірує дверні ручки/таблички, предмети інтер'єру (вироби з кольорових металів/нержавіючої сталі);

e) чистить м'які меблі;

f) миє/чистить килими, килимові доріжки;

g) чистить тверде покриття підлоги (паркет, мармур, лінолеум та ін.);

h) миє підлогу під килимами, настінні і стельові світильники, чистить і дезінфікує сміттєві кошики;

i) штори на вікнах чистить пилососом і двічі на рік знімає і здає в хімчистку/пральню;

j) застосовує очисник та іонізатор повітря.

Покоївка не залишає розводів/пилу/забруднень на перегородках між склом, скляних/дзеркальних поверхнях.

Покоївка НЕ ЗАБУВАЄ помити жалюзі, карнизи, укоси, фурнітуру, підвіконня; нанести захисні засоби на скло/дзеркало і металофурнітуру.

Стандарт 5.2. Чищення килимів і м'яких меблів

Покоївка проводить глибоке чищення килимів і м'яких меблів строго за графіком адміністратора: з ... по ... число останнього місяця кварталу (півріччя).

Стандарт 5.3. Обробка дерев'яних поверхонь

Щоб дерев'яні предмети меблів, виробів, дверей, предмети інтер'єру не розбухали від вологості (чи, навпаки, не зсохнулися), покоївка:

a) чистить поверхню, не ушкоджуючи покриттів;

b) наносить спеціальні захисні засоби;

c) полірує поверхню.

Стандарт 5.4. Чищення твердих покриттів підлоги

Безграмотним прибиранням можна зруйнувати навіть мармур. Тому покоївка проводить глибоке чищення підлоги у рамках генерального прибирання (дотримуючись інструкцій, які додаються до устаткування для прибирання, а також загальних правил догляду за паркетом, мармуром, керамогранітом та ін.):

a) очищає поверхню за допомогою роторної машини;

b) наносить захисний засіб в два шари;

c) обробляє поверхню полірувальною машиною для надання підлозі блиску.

РОЗДІЛ VI. "ПРИБИРАННЯ І МАЙНО ГОСТЯ"

Стандарт 6.1. Відповідальність за майно Гостя

Покоївка пам'ятає, що під час прибирання номера вона несе відповідальність за збереження майна Гостей, які мешкають в номері. Тому:

a) не бере особистих речей Гостя (навіть на кілька хвилин, щоб показати Колегам);

b) не "приміряє";

c) не нюхає парфуми;

d) не пускає сторонніх у номер за відсутності Гостя;

e) не передає службовий ключ будь-кому з Колег (при виявленні пропажі відповідальність несе співробітник, на чиє ім'я виписаний ключ);

f) замикає двері на ключ після прибирання номера (за відсутності Гостя в номері) або щільно прикриває двері, але не гримає ними (якщо Гість перебуває в НОМЕРІ).

Стандарт 6.2. Гроші Гостя, відкритий сейф

Якщо під час прибирання покоївка виявить гроші, вона не повинна їх чіпати і/або перекладати на інше місце; тим більше - привласнювати собі (навіть, якщо визнає їх чайовими).

Якщо під час прибирання покоївка виявить, що сейф, який знаходиться в кімнаті, відкритий, вона не повинна торкатися ні сейфа, ні його вмісту. І не інформує Гостя про те, що сейф відкритий. Але йде після прибирання, не забувши замкнути двері.

З вірогідністю 99% Гість сам виявить відкритий сейф (Гості зазвичай відкривають його щодня). Переконавшись, що все на місці, він закриє сейф сам. Інформування Гостя ("Ваш сейф відкритий") може спровокувати деяких людей на звинувачення в крадіжці, якої не було.

Стандарт 6.3. Забуті речі Гостя

Якщо під час прибирання номера покоївка виявила речі Гостя, залишені/забуті/загублені ним у номері, вона ніколи НЕ БЕРЕ їх собі (навіть незначні за вартістю речі, значки, кулькові ручки та ін.), але вона:

a) оперативно повідомляє в службу прийому і розміщення (черговому портьє) про знаходження речей;

b) передає знайдені речі черговому портьє для повернення їх Гостеві (якщо Гість ще не виїхав з Готелю);

c) якщо Гість вже виїхав з Готелю – передає виявлені речі адміністраторові по опису.

Виявлені залишені/забуті/загублені речі Гостя покоївка також реєструє в спеціальному "Журналі забутих речей"; вносить обов'язкову інформацію з вказівкою переліку речей, дати, часу і місця виявлення, свого імені; робить відмітку про передачу речей адміністраторові по опису.

РОЗДІЛ VII. "ПРИБИРАННЯ І МАЙНО ГОТЕЛЮ"

Стандарт 7.1. Дефекти техніки (зовнішній огляд)

Покоївка перевіряє, чи немає дефектів у:

a) побутової техніки (телевізора, холодильника, кондиціонера та ін.);

b) телефону;

c) освітлювальних приладів (настільних/стельових ламп в спальні, ванні та інших кімнатах тощо);

d) сантехніки (кранів, унітазу, раковини, ванни);

e) предметів санвузла (полички, тримача рушників, дзеркала та ін.);

f) меблів (ліжка, м'яких меблів, столу, стільця, тумбочки, шафи та ін.);

g) іншого устаткування.

Вона робить це:

a) під час поточного прибирання номера;

b) при підготовці номера для Гостя;

c) при виїзді Гостя з Готелю.

При виявленні дефектів/поломок/несправностей в номері покоївка відразу (впродовж N хвилин після виявлення і/або прибирання номера) заповнює карту поломок (2 прим.), один примірник передає адміністраторові зміни, інший - ремонтній службі готелю (для сантехніка, електрика та ін.).

Стандарт 7.2. Ремонтні роботи в номері

Будь-які ремонтні, сантехнічні та ін. роботи в ЗАСЕЛЕНОМУ номері ведуться тільки за відсутності Гостя, за винятком випадків, коли Гість сам викликав ремонтника в номер.

При проведенні ремонтних, сантехнічних робіт в ЗАСЕЛЕНОМУ номері за відсутності Гостя покоївка повинна відчинити двері службовим ключем і впустити технічних працівників; бути присутньою під час робіт, після закінчення - перевірити виконану роботу (заміну лампочок, що перегоріли, ремонт крану, що протікав, та ін.).

Стандарт 7.3. Збереження майна Готелю

Покоївка перевіряє збереження усіх предметів в номері (за інвентарним списком): побутової техніки, меблів, устаткування номера. При виявленні пропажі/псування негайно інформує адміністратора.

РОЗДІЛ VIII. "ЗАВЕРШУЮЧИ РОБОТУ"

Стандарт 8.1. Закінчення зміни

Наприкінці робочого дня/зміни покоївка інформує адміністратора про закінчення прибирання номерів, здає графік/завдання адміністратора з відміткою про зроблене прибирання в кожному номері за списком, а також службові ключі; розвантажує і прибирає візок у службове приміщення/на склад.

При здачі постільної білизни і рушників в пральню/білизняну покоївка заповнює накладну по кількості білизни/рушників, що здається, при цьому звіряє кількість отриманої білизни з накладними по здачі.

Покоївка не закінчує робочий день/зміну, якщо не виконала завдання адміністратора і/або не прибрала усі номери. Тільки після прибирання усіх номерів за графіком/завданням адміністратора покоївка наводить лад на робочому місці і здає зміну.

Стандарт 8.2. Журнал передачі зміни

Після закінчення зміни, покоївка заповнює "Журнал передачі зміни", де робить записи:

a) про незавершену роботу, вказуючи причину (прохання Гостя не турбувати, несправності в номері тощо);

b) про особливі події чи проблеми;

c) про графік зміни білизни в заселених номерах;

d) про видачу Гостям додаткового комплекту постільної білизни, посуду, прасок і іншого інвентаря;

e) про прохання Гостя;

f) інші.

Додаток Ж
(довідковий)

Система уніфікації послуг гостинності
Класифікація типів розміщення

SGL (Single) – одномісне розміщення.

DBL (Double) – двомісне розміщення (номер з одним великим двоспальним ліжком).

TWIN – двомісне розміщення (номер з двома окремими ліжками).

ExB (extra bed) – додаткове ліжко.

TRPL (Triple) – тримісний номер (зазвичай в номері є 2 ліжка і додаткова розміщують розкладне ліжко чи диван);

QDPL (Quadriple) – чотиримісний номер.

Chld (Child) – вартість розміщення дитини, вік якої не перевищує 12 років (іноді **CH** – дитина до 12-15 років; **ch** – дитина до 6 років; **Inf** (infant) – немовля від 0 до 2 років). Зазвичай, вартість вказується для дитини, яка проживає в номері з двома дорослими **DC** (DBL+Chld), але також може бути **SC** (SGL+Chld), **DBL+2Chld** – два дорослих і дві дитини і **SGL+2Chld** – один дорослий і дві дитини.

BO (bed only) – розміщення без харчування.

ROH (run of the house) – розміщення, яке здійснюється на розсуд готелю.

Класифікація харчування

Ep – без харчування;

BB – сніданок;

HB – режим дворазового харчування. Зазвичай це сніданок і вечеря, але в деяких готелях може бути сніданок і обід. Напої за обідом чи вечерею у вартість не входять;

HB+ – 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 вечерею 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 солодощів, 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

STD (Standart) – стандартна кімната.

BDR, BDRM (Bedroom) – кімната зі спальнею.

Superior – кімната великого розміру – більша за стандартну.

Corner room – кутовий номер.

Studio – однокімнатний номер, більший за розміром від стандартного, з вбудованою кухнею, або однокімнатна квартира з кухнею.

Family Room – сімейний номер великої площі, більший за стандартний.

Family Studio – сімейний номер з двома суміжними кімнатами.

Suite – номер підвищеного комфорту – як правило, є вітальня і спальня, за розмірами він більший за стандартний і оснащений обладнанням і меблями високої якості.

Suite Mini – номер вищої категорії (кращий за **Superior**).

Junior Suite – двомісний однокімнатний номер великого розміру і підвищеної комфортності; зазвичай одна велика спальня з відокремленим спальним місцем, що вдень перетворюється на вітальню.

De Luxe – номери підвищеної комфортності.

Executive Suite, Suite Senior – номер підвищеної комфортності, який складається з двох або більше кімнат.

Business – великий номер, який придатний для роботи, оскільки він оснащений оргтехнікою.

Honeymoon Room – номер для молодят.

Connected Rooms – об'єднані номери, що мають окремий прохід між собою.

Duplex – дворівневий номер.

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.

President – найрозкішніші номери готелю, включають кілька спалень, кабінет, два-три туалети.

Balcony Room – номер з балконом.

HV (Holiday Village) – готель типу комплекс бунгало. Бунгало бувають першої та другої категорії (HV1 и HV2).

BGL, BG (Bungalow) – бунгало; будівля, яка знаходиться окремо від головного корпусу готелю як правило, в тропічних і південних країнах. Зазвичай одно- або двоповерхова.

Chale – добудова до головної будівлі.

Cabana – добудова, яка знаходиться на пляжі або біля бассейну, типу бунгало, розташовується окремо від головного корпусу готелю, іноді може бути обладнана як спальня.

Cottage – котедж.

Executive Floor – один або декілька поверхів в готелі, на якому розташовуються номери із вищим рівнем обслуговування а також із додатковим набором послуг.

King Suite – королівський номер.

MB (main building) – основний корпус.

New Building – новий корпус.

Sitting area – місце для відпочинку – частина номера, де зазвичай розташовані крісла, журнальний столик, іноді диван.

Superior Chalet – шале підвищеної комфортності.

Superior/Main Building – кімната великого розміру у головному корпусі.

Класифікація виглядів із вікна

BV (Beach view) – на пляж;
CV (City view) – на місто;
DV (Dune view) – на дюни;
GV (Garden view) – на сад;
IV (Inside view) – на внутрішню частину готелю;
LV (Land view) – на околиці;
MV (Mountain view) – на гори;
OV (Ocean view) – на океан;
PV (Park view) – на парк;
PV (Pool view) – на басейн;
RV (River view) – на річку;
SSV (Sea Side view) – боковий вигляд на море;
SV (Sea view) – на море;
VV (Valley view) – на долину;
Golf view – на затоку;
Jungle view – на джунглі;
ROH (run of the house) – розміщення в готелі без уточнення типу номера і вигляду з вікна.

Додаток К
(додатковий)

Технологічні елементи врегулювання скарг

Якщо гість готелю поскаржився, то доцільно вжити певних заходів, які однаково придатні для ситуацій, коли людина приходить особисто чи телефонує. При усній скарзі **потрібно**:

- подякувати клієнтові, дозволити висловитися, вислухати;
- пояснити, за що ви вдячні;
- вибачитися за допущену помилку;
- пообіцяти негайно вжити заходів щодо її усунення;

– отримати необхідну інформацію;
– швидко виправити помилку;
– перевірити, чи задоволений клієнт;
– докласти зусиль, щоб запобігти таким помилкам надалі.

Дії персоналу на задоволення скарги клієнта детальніше розглянуті нижче.

Подякувати клієнтові, дати можливість висловитися, активно вислухати. Реакція на скаргу клієнта визначить, чи стане гість другом готелю чи піде ще більше незадоволеним і роздратованим. Не можна ігнорувати скаргу чи ухилятися від проблеми, скарга ніколи не буває персональним обвинуваченням.

Першим словом при реагуванні на скаргу має бути «Дякуємо!», незалежно від характеру скарги і від типу клієнта. Кінцевою метою клієнта є вирішення проблеми. Перше, чого потребує гість, – це хтось, здатний співчутливо його вислухати. Якщо можливо, потрібно запропонувати гостеві присісти або відвести його в сторону. Співробітник на цьому етапі не повинен реагувати на кожен пункт, потрібно просто слухати і бути дуже уважним. Гості часто висловлюють свій гнів через крик, оскільки сердяться із-за ситуації. Коли клієнтові спочатку дозволяють «випустити пару», то претензія втрачає свій натиск. Необхідно вислухати клієнта дуже уважно, дати йому виговоритися, зрозуміти його емоції. Потрібно вслухатися в те, що він говорить, спробувати зрозуміти його точку зору, щиро поспівчувати.

Персонал готелю, який контактує з клієнтами, повинен виробляти в собі навички ефективного слухача. Чути – не завжди означає слухати. Слухання – це активний процес, що означає надання повної уваги гостеві для кращого розуміння інформації, яку він повідомляє. Вислухати – виказати свою повагу до гостя. Уміння спокійно слухати допомагає співробітникам готелю зрозуміти, чого насправді потребує гість, в чому «істинний» сенс скарги і що стоїть за його словами.

Мова тіла також повинна демонструвати вдячність персоналу за скаргу і не ставити під сумнів права клієнта висувати її. До 60% інформації, що повідомляється, передається не словами, а іншими засобами! Посмішку можна передати навіть при телефонній розмові. Бувають випадки, коли претензії гостя перебільшені, проте на цьому етапі працівник повинен зберігати спокій, незворушність і демонструвати справжній інтерес співчутливою мовою жестів і міміки. Вислуховуючи скаргу, всю увагу треба зосередити на клієнтові, підтримуючи контакт очима. При розмові з гостем працівник повинен трохи нахилятися вперед, що є ознакою серйозного сприйняття бесіди. Відстань між працівником і гостем повинна бути не надто близькою і не надто далекою. Столи і перегородки створюють бар'єри і чітко дають зрозуміти, чия тут територія. Потрібно бути на одному рівні з гостем.

Не можна перебивати клієнта! Будь-яка спроба перебити співрозмовника може бути сприйнята як особистий виклик. Важливо уникати будь-яких суперечок з клієнтом. Не можна говорити гостеві «ні» і те, що він не правий.

Варто пам'ятати: роздратовані люди рідко бачать справжню причину свого роздратування. Цілком ймовірно, що існують зовсім інші, «приховані» причини незадоволення клієнта, крім тих, які він висловлює у своїй скарзі. Саме тому дуже важливо вислухати клієнта і висловити своє розуміння проблеми. Поступово бесіда увійде в більш раціональне і розумне русло. Тільки тоді співробітник може починати розбиратися зі скаргою.

Пояснити, чому ви вдячні за скаргу. Просто сказати «Дякую» у відповідь на скаргу недостатньо, оскільки без будь-якого пояснення воно може прозвучати як щось незначуще, записане на плівку кліше. Тому треба пояснити, чому ви вдячні за скаргу. Наприклад, можна сказати: «*Дякую Вам, я дуже вдячний/вдячна за те, що Ви вказали мені на мою помилку. Це дозволить мені виправити її*»*;* чи «*Дякую, що Ви потурбувалися і знайшли час вказати нам на допущену помилку. Я розумію, що для цього потрібні час і додаткові зусилля*»*;* «*Дякуємо, Ваша скарга дозволить нам поліпшити свою роботу і зробити все, щоб Ви пишалися тим, що Ви наш клієнт*».

За таких пояснень, потрібно зберігати почуття власної гідності.

Вибачитися. Вибачатися потрібно професійно. Обов'язково вибачтеся, незалежно від того, ким була допущена помилка: вами чи кимось із колег, керівництвом, підлеглими або іншими причетними до цього особами. За жодних обставин не можна сварити фірму або країну. Не критикуйте своїх колег. Вмійте особисто брати на себе відповідальність.

Вибачтеся навіть тоді, коли скарга не виправдана або сталося якесь непорозуміння. Але не намагайтеся пояснити, хто допустив помилку. У будь-якому випадку з клієнтом треба спілкуватися дуже ввічливо і коректно. Коли гість знає справжні обставини та причини, що призвели до помилки, така поведінка персоналу зміцнює з ним відносини.

Якщо ви не самі розбиратиметеся зі скаргою, все одно треба пам'ятати: не можна просто «передати» клієнта іншій особі. Не демонструйте ставлення: *«Мого відділу це не стосується».* У клієнта має скластися враження, що він спілкується саме з тією людиною, яка вирішить усі проблеми, оскільки весь персонал відповідає за забезпечення високої якості обслуговування.

Якщо ж клієнт звернувся зі скаргою, як кажуть, «не за адресою», потрібно: сконтактувати клієнта із компетентною особою або людиною, яка користується авторитетом і має відповідні повноваження для вирішення конкретної проблеми.

Пообіцяти негайно вжити заходів. Потрібно розказати гостеві про те, що ви або ваш менеджер робитимете, а також про терміни відповіді на цю претензію. Не дозволяється погоджуватися на виконання певних дій, не маючи на це повноважень. Обіцянка, дана при роботі з претензією, якої не можна дотриматися, не вирішує, а тільки посилює проблему. Потрібно виконувати те, що обіцяно, і обіцяти тільки те, що можна виконати. Нічого не можна робити без згоди клієнта.

Отримати необхідну інформацію. На цьому етапі необхідно встановити всі факти. Також варто визначити, чого очікує гість. Доречно робити позначки для себе і не приховувати записів. Це демонструє щирість і серйозність співробітника в роботі з претензією. Потрібно точно з'ясувати, чим незадоволений клієнт. Цілком доречно звернутися до клієнта з проханням: *«Чи не могли б Ви мені допомогти отримати інформацію, яка допоможе швидко і якнайкраще виправити помилку».*

Щоб з'ясування деталей не здалося клієнтові «допитом», потрібно ставити питання тільки по суті справи. Іноді для отримання точної інформації застосовується такий прийом, як «помилкове нерозуміння», тобто гостя просять ще раз сформулювати свої претензії або самим співробітником перефразовуються всі претензії гостя в питальній формі. Мета цього прийому – взяти тайм-аут для обдумування відповіді, отримати додаткову інформацію та підтвердити слова клієнта.

У спілкуванні з клієнтом важливо встановити, що ж насправді йому потрібно: визнання помилки; вибачення і запевнення, що таке більше не повториться; відшкодування (компенсації) моральної чи матеріальної шкоди; виправлення ситуації. У підсумку потрібно підсумувати почуту інформацію; пояснити гостеві, в чому ви бачите сутність проблеми.

Потрібно поцікавитися також, яким чином можна зв'язатися з клієнтом, якщо проблема не може бути вирішена відразу.

Швидко виправити помилку. Для вирішення проблеми потрібно запропонувати гостеві найбільш прийнятний, на думку персоналу, варіант чи альтернативне рішення (дати можливість клієнтові обрати із запропонованих альтернатив найбільш привабливу для нього). Не можна використовувати правила готелю для виправдання. Доцільно запропонувати спільні дії, залучаючи до них клієнта: «*Що, на Вашу думку, ми можемо зробити разом для Вас?»; «Як Ви дивитеся на те ...?»; «Чому б і ні...?».*

Іноді клієнта може задовольнити часткова компенсація.

Виправляти помилки легше, якщо в готелі є чіткі рекомендації щодо їх виправлення, якими керуються співробітники. Керівництво повинно давати працівникам повноваження при роботі з претензіями клієнтів. Проблеми, що виникають в процесі обслуговування в готелі, різною мірою впливають на задоволеність гостей.

Нижче наведені приклади дій співробітників готелю в різних ситуаціях і варіанти компенсацій, які допомагають зберегти хороші відносини з клієнтами.

1. *Приклади прикрих пригод, які можуть спричинити деякі незручності гостеві*:

– помилка в рахунку;

– із запізненням передали прохання гостя консьєржу;

– помилка у виконанні замовлення (одна чашка замість двох, м'ясо не того ступеня просмаження, недостатньо холодний чи гарячий продукт, не враховане побажання гостя – без солі, з молоком тощо);

– тріснуло горлечко при відкриванні пляшки;

– замовлення на напої, лід і інші прохання (столові прилади, окріп та ін.) виконано більш ніж через 15 хвилин.

Дії співробітника в даних ситуаціях:

✓ усне вибачення;

✓ пропозиція рішення, а потім вирішення проблеми;

✓ пропозиція знаку уваги (подарунка) від готелю;

✓ обов'язковий запис у «Книзі передачі змін» (Log Book) відділу.

У всіх перерахованих вище випадках кожен співробітник відділу «Обслуговування харчуванням в номерах» (Room Service) має право запропонувати гостеві:

✓ безкоштовний чай (кава);

✓ десерт за рахунок готелю;

✓ один напій з бару безкоштовно (до 10 дол.);

✓ печиво або інший варіант знаку уваги (подарунка) гостю від готелю (до 15 дол.), з огляду на ситуацію і вподобання гостей.

2. Приклади проблем, які є причиною втрати гостем часу або задоволення від перебування в готелі, але не унеможливлюють повноцінне проживання і роботу в готелі:

– час виконання замовлення на страви і напої перевищує час, обумовлений з гостем;

– замовлення на сніданок виконано більш ніж за 30 хвилин;

– замовлення затримане, оскільки гість вказав неправильний номер кімнати, а офіціант не звірив дані;

– низька якість продукту або недбалий сервіс (зіпсоване вино, несвіжа їжа або невиконання обов'язкових стандартів обслуговування і гостинності).

Дії співробітника в даних ситуаціях:

✓ усне вибачення;

✓ пропозиція рішення, а потім вирішення проблеми (обов'язково прибрати з рахунку гостя суму зіпсованої страви або недоброякісного вина);

✓ пропозиція знаку уваги (подарунка) від готелю;

✓ обов'язковий запис у «Книзі передачі змін» (Log Book) відділу.

У всіх перерахованих вище випадках кожен співробітник відділу «Обслуговування харчуванням в номерах» (Room Service) має право запропонувати гостеві:

✓ пляшку домашнього вина або інший варіант знаку уваги (подарунка) гостеві від готелю (до 25 дол.);

✓ вазу з фруктами;

✓ безкоштовний сніданок;

✓ надати таку ж або іншу страву замість зіпсованої безкоштовно, з огляду на ситуацію і переваги гостей.

3. Приклади проблем, які виключають можливість повноцінного проживання і роботи в готелі:

– затримка побудки (*Wake Up)* і надання кави або чаю;

– ігнорування таблички «*Прохання не турбувати» («Do not disturb*») співробітниками готелю;

– втрата чи пропажа речей гостя (покоївка прибрала з номера холодну каву, сніданок тощо).

Дії співробітника в даних ситуаціях:

✓ усне вибачення;

✓ письмове вибачення і ваза з фруктами;

✓ обов'язкове повідомлення менеджера відділу, менеджера служби організації харчування або чергового менеджера готелю впродовж того ж дня;

✓ обов'язковий запис у «Книзі передачі змін» (Log Book) відділу.

У перерахованих вище випадках вже менеджер вирішує, як можна виправити ситуацію, і індивідуально визначає компенсацію (відшкодування).

4. Приклади проблем, які завдають серйозної шкоди особисто гостеві, а також тим, хто з ним проживає в номері, або майну клієнта:

– отруєння їжею;

– тілесні ушкодження;

– пропажа речей.

Дії співробітника в даних ситуаціях:

✓ усне вибачення;

✓ негайне повідомлення про інцидент менеджеру відділу, менеджеру служби організації харчування або черговому менеджеру готелю;

✓ обов'язковий запис у «Книзі передачі змін» (Log Book) відділу.

Немає універсального рецепта дій керівника в разі нестандартної, неординарної, непередбаченої, критичної ситуації чи надзвичайної події. Швидше за все, проблема буде вирішуватися також нестандартно з урахуванням індивідуальних особливостей клієнта. Потрібно довести до відома гостя те, що збираються зробити для нього в готелі, узгодити дату виконання обіцяного.

Перевірити, чи задоволений клієнт. Недостатньо просто виправити помилку. Потрібно переконатися, що клієнт задоволений вирішенням його питання: написати чи зателефонувати гостеві, щоб з'ясувати, чи він дійсно задоволений і залишиться вашим клієнтом. Доречно ще раз висловити вдячність клієнтові за його скаргу:

– надіславши листа-подяку (краще, якщо від імені керівника підприємства);
– зателефонувавши і подякувавши телефоном;
– надіславши символічний сувенір як нагадування про цей готель;
– отримавши відгук гостя (якщо це можливо).

Можна звернутися з проханням, щоб клієнт погодився брати участь у регулярних опитуваннях щодо сервісу в готелі, попросити всіх клієнтів, які звернулися зі скаргою, висловити свою думку про те, наскільки ефективно залагоджуються конфлікти в готелі. В деяких готелях діє програма «100% Guest Satisfaction Guarantee». Якщо гість після вирішення проблеми залишається незадоволеним, йому не доведеться платити за номер або послуги неналежної якості.

Докласти зусиль, щоб запобігти подібним помилкам у майбутньому. Потрібно залучати всі зацікавлені сторони для обговорення кроків, спрямованих на зменшення ймовірності повторення аналогічної ситуації або вироблення алгоритму поведінки в подібному випадку. Проаналізувавши скаргу, необхідно встановити всі причини претензій:

– чому клієнт незадоволений;
– що було не так;
– що стало причиною помилки;
– провести розслідування;
– переконатися, що необхідні заходи вжиті;
– вжити всіх заходів для уникнення подібних випадків у майбутньому;
– переглянути свою роботу, занотовувати й аналізувати всі претензії клієнтів, щоб вдосконалювати якість обслуговування.

«Лікуйте» причину, що призвела до помилки, а не симптом. Процедура роботи з письмовими скаргами мало чим відрізняється від роботи з усними скаргами. Відповідати потрібно впродовж двох днів. Затяжне вирішення проблем збільшить відтік клієнтів. Дослідження показали, що клієнти, які звернулися з письмовою скаргою в організацію, залишаються її клієнтами тільки тоді, якщо відповідь, задовільний для клієнта, дана впродовж двох тижнів. Навіть якщо проблему не можна вирішити негайно, важливо, щоб у будь-якому випадку клієнт дуже швидко отримав відповідь від організації.

Додаток Л
(довідковий)

Найбільші готельні мережі світу (дані на 2021 р.)

Назва готельної корпорації	*Кількість готелів*	*Номерний фонд*	*Число країн, в яких наявні готелі лан-цюга*	*Бренди, що входять до складу корпорації*
1	2	3	4	5
Wyndham Hotels & Resorts (WH)	>9280	> 798000	95	**Охоплює 21 бренд** ***Luxury***: Registry ***Distinctive***: Wyndham Grand ***Upscale***: Dolce Hotels and Resorts, Wyndham ***Lifestyle***: TRYP, Esplendor Boutique Hotels, dazzler, Trademark Collection, ***Midscale***: La Quinta Inns & Suites, Wingate, Wyndham Garden, Americ Inn, Ramada, Ramada Encore, Baymont ***Economy***: Microtel Inns and Suites, Days Inn, Super 8, Howard Johnson, Travelodge, ***Extended Stay***: Hawthorn Suites

Продовження додатка Г

1	2	3	4	5
Marriott International	7642	> 974000	70	**Охоплює 30 брендів** ***Luxury***: Edition, The Ritz-Carlton, The Luxury Collection, Stregis, W Hotels, JW Marriott ***Premium***: Marriot, Sheraton, Marriott Vacation Club, Delta Hotels, Westin, Le Meridien, Renaissance Hotels, Autograph Collection Hotels, Tribute Portfolio, Design Hotels, Gaylord Hotels ***Select***: Courtyard, Four Points, Springhill Suites, Fairfield, Protea Hotels, AC Hotels Marriott, Aloft Hotels, Moxy Hotels ***Longer Stays***: Homes & Villas, Residence Inn, Towneplace Suites, Marriott Executive Appartments, Element
Choice Hotels	7118	> 570000	>40	**Охоплює 12 брендів** Ascend Hotel Collection, Cambrria Hotels, Comfort, Sleep Inn by Choice Hotels, Clarion by Choice Hotels, Clarion Pointe, Quality Inn by Choice Hotels, MainStay Suites, WoodSpring Suites, Suburban Extended Stay Hotel, Econo-Lodge і Rodeway Inn

Продовження додатка Г

1	2	3	4	5
Hilton Hotels & ***Resorts*** ***(Hilton Worldwide)***	6160	> 600000	84	**Охоплює 18 брендів** Waldorf Astoria Hotels and Resorts, LXR Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Canopy by Hilton, Signia by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, Curio Collection by Hilton, Doubletree (DoubleTree by Hilton), Tapestry Collection by Hilton, Embassy Suites by Hilton, Tempo by Hilton, Motto by Hilton, Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, Tru by Hilton, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton and Hilton Grand Vacations
Inter Continental Hotel Group (IHG)	5895	> 800000	130	**У її складі 16 брендів** ***Luxury & Lifestyle (5 brands)***: Six Senses, Regent, InterContinental Hotels & Resorts, Kimpton Hotels & Restaurants, Hotel Indigo ***Premium (4 brands)***: Voco, Hualuxe, Crowne Plaza, Even Hotels ***Essentials (3 brands)***: Holiday Inn Express, Holiday Inn, Avid ***Suites (4 brands)***: Atwell Suites, Staybridge Suites, Holiday Inn Club Vacation, Candlewood Suites

Продовження додатка Г

1	2	3	4	5
Accor Group	5200	> 762100	110	**Охоплює 49 брендів** ***Luxury (12 brands)***: Banyan Tree, Delano, Emblems, Fairmont, Morgans Originals, Onefanestay, Orient-Express, Raffles, Rixos, SLS, SO Sofitel, Sofitel ***Premium (15 brands)***: 21C Muzeum Hotels, 25 Hours, Angsana, Aparthotel Adagio Premium, Art Series, Grand Mercure, Hyde, MGallery by Sofitel, Mantis, Mondrian, Movenpick, Peppers, Pullman, Swissotel, The Sebel ***Midscale (6 brands)***: Aparthotel Adagio, Mama Shelter, Mantra, Mercure, Novotel, Tribe ***Economy (8 brands)***: Aparthotel Adagio Access, Break-Free, Greet, Hotel F1, Ibis, Ibis Budget, Ibis Styles, Jo&Joe ***Coworking (2 brands)***: Mama Works, WOJO ***Entertainment (3 brends***): Paris Society, Potel&Chabot, Thalassa ***Business (6 brands)***: Astore, D-EDGE, Gekko-Group, John Paul, ResDiary, VeryChic

Продовження додатка Г

1	2	3	4	5
Best Western Hotels & Resorts	4131	> 300000	82	**Охоплює 18 готельних брендів**: ***Luxury (4 brands)****:* WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive, WorldHotels Crafted ***Upscale (10 brands)***: BW Signature Collection, BW Premier Collection, Best Western Premier, Best Western Plus, Best Western Hotel & Resort, Glō, Vīb, Sadie by BW, Aiden by BW, Executive Residency by BW ***Economy (4 brands)***: SureStay Signature Collection, SureStay Plus, SureStay Studio, SureStay Hotel.
Carlson Hospitality Worldwide	1067	> 150000	96	**Охоплює 5 брендів** Regent International Hotels, Park Plaza Hotels & Resorts, Radisson Hotels & Resorts, Country Inns & Suites By Carlson, Park Inn Hotels
Hyatt Hotels Corporation	939	> 100000	60	**Охоплює 20 брендів:** Park Hyatt, Miraval, Grand Hyatt, Alila, Andaz, The Unbound Collection by Hyatt, Destination, Hyatt Regency, Hyatt, Hyatt Ziva, Hyatt Zilara, Thompson Hotels, Hyatt Centric, Caption by Hyatt, Joie de Vivre, Hyatt House, Hyatt Place, Tommie, Hyatt Residence Club, Exhale

Навчальне видання

КРУЛЬ Галина Ярославівна
ЗАЯЧУК Оксана Григорівна

Організація і технологія надання послуг гостинності

Навчальний посібник

Комп'ютерний набір **Г.Я. Круль**

Літературний редактор **О.В. Колодій**

Технічний редактор
та дизайн обкладинки **О.М. Кудрінська**

Підписано до друку 01.09.2022. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Друк різографічний. Умов.-друк. арк. 26,7.
Обл.-вид. арк. 28,7.Тираж 50. Зам. Н-088.
Видавництво та друкарня Чернівецького національного університету.
58002, Чернівці, вул. Коцюбинського, 2.
e-mail: ruta@chnu.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 891 від 08.04.2002.