

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

**Боратинський О. В.**

Лекції з навчальної дисципліни

**“Проектування об’єктів готельно-ресторанного господарства”**

**Для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа**

“ЗАТВЕРДЖЕНО”

на засіданні кафедри ГРБ

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

протокол № \_\_\_

Зав. каф. \_\_\_\_\_ А. Голод

## **Тема 1. Історія виникнення і розвитку готельно-ресторанного напрямку діяльності**

Готельний, туристичний і ресторанный бізнес як складова зовнішньоекономічної діяльності кожної держави є однією з найбільших і високоприбуткових галузей світової економіки.

До початку XIX ст. готельно-туристичний бізнес вийшов на перше місце в світі, значно випередивши лідерів світової торгівлі – автомобільну та нафтогазову сфери економіки.

Історія готельно-ресторанної справи пов'язана з історією розвитку туризму або, якщо бути точніше, то і з історією розвитку туристичної індустрії.

### *1. Стародавній період*

Виникнення і розвиток готельного та ресторанный господарства невід'ємно пов'язане з історією розвитку суспільства. Перші підприємства гостинності – прообрази сучасних готелів і ресторанів, як і сама професія з обслуговування подорожуючих людей, виникли в далекому минулому – близько 2 тис. років до н.е. в давньосхідних цивілізаціях (згадуються закони Вавилонського царя Хаммурапі (1792-1750 рр. до н.е.)).

Закони Хаммурапі безпосередньо впливали з шумерської правової традиції і були одними з найважливіших джерел для вивчення, і в тому числі – соціально-економічного устрою Месопотамії того часу. У центрі уваги законів знаходилися господарські, економічні та сімейні відносини; обмежувалися і регламентувалися приватновласницькі відносини; затверджувався державний контроль над господарським життям.

Основна увага приділена опису покарань за різні правопорушення. Закони передбачали сувору систему покарань: практично будь-яка крадіжка каралася; в кодексі вавилонського царя Хаммурапі робилася згадка про таверни, господарі яких під страхом смертної кари повинні були доносити владі на тих відвідувачів, які задумували різні протиправні дії. Цим же кодексом під страхом смертної кари заборонялося власникам таверн розбавляти пиво.

Стародавні єгиптяни подорожували по території своєї держави і завойовували сусідні держави: Сирію, Палестину, Куш (XVI-XV ст. до н.е.). І завжди слідом за військовими йшли проповідники, які поширювали справжнє вчення; купці, які, бували в цих країнах торгували і багатіли, і до їх завоювання і дуже часто були розвідниками; дослідники, відправлені у державних справах або гнані власним інтересом і т.д. Уже тоді Єгипет володів курортами, пам'ятками культури, про що свідчать написи на пірамідах і письмові свідчення античних туристів і екскурсантів. Для задоволення бажань мандрівників ставилися наметові міста, павільйони; зводилися всілякі будівлі і споруди, де можна було поїсти, відпочити, розважитися, отримати комплекс побутового обслуговування.

Фінікія (VIII-I ст. до н.е.) - стародавня країна на східному узбережжі Середземного моря, служила своєрідним об'єднуючим міст - держав. Найбільшими містами Фінікії були Бібл, Тир, Сидон і ін., які перебували на території сучасного Лівану і Сирії. Метою подорожей фінікійців, як по Середземномор'ю, так і на схід,

була активна торгівля. Але не тільки вона змушувала людей виходити в море. Одним із потужних стимулів був пошук земель, багатих продовольчими запасами. В результаті було створено ряд колоній, в тому числі і Карфаген. При цьому в кожному місті будувалися постійні двори, де можна було не тільки поїсти, а й отримати кімнату для ночівлі.

Подібні процеси відбувалися і в Лідії (VII-VI ст. до н.е.) - держави в Малої Азії, яка пізніше стала залежною від персів (VI-IV ст. до н.е.), а потім завойовану греками на чолі з Олександром Македонським, а ще пізніше - військами Риму. Відомо, що весь інтерес жителів був зосереджений на торгівлі. Саме лідійцям приписують першу думку про заїжджих дворів – прообразів сучасних готелів.

У VI ст. до н.е. Фінікія була завойована персами. У той час широке поширення мав колонізація і насадження в завойованих землях своїх намісників - сатрапів. З цією метою близько 500 р. до н.е. за Дарія I, Перської завойовника Єгипту був проритий канал між Червоним і Середземним морем. Таким чином, передбачивши спорудження Суецького каналу, що призвело до збільшення торгових зв'язків і, отже, всієї дорожньої інфраструктури, в яку входили таверни і заїжджі двори. Але звичайно, що ще в час Дванадцятій Династії при фараоні Сенусерта III був прокладений із заходу на схід канал, що з'єднував Ніл з Червоним морем, для безперешкодної торгівлі з Пунтом (Земля Пунт (єгип. «Земля богів») – відома стародавнім єгиптянам територія в Східній Африці). В періоди занепаду Єгипту канал заносило піском, а в період розквіту його знову відновлювали.

За часів династії Ахеменідів (558-330 рр. до н.е.) персами були створена дорожня і поштові служби. Для їх повноцінного функціонування уздовж всіх доріг будували постійні двори з відповідним комплексом послуг (харчування, ночівля, кузня). «За свідченням Геродота, перські поштові тракти були краще в світі. Найбільший з них пролягав між Сузами, літньою резиденцією царя, і Сардами, які були столицею Лідійського царства. також дороги пов'язували Сузи з Ектобаною, столицею Мідії, і Вавилоном. Довжина перських доріг досягала 2100 км, а число стоянок, за підрахунками Геродота, досягало 111. Стоянки при цьому слід розглядати як найдавнішу форму сучасних засобів розміщення, більш того, царські стоянки виглядали як великі палаци».

Панування персів змінилося владою греків після завоювань Олександра Македонського. Вся інфраструктура, пов'язана з торгівлею, з кожним завоюванням зберігалася і розвивалася. Зберегли греки і туристську інфраструктуру того часу. Внеском греків у розвиток гостинності стало проведення Олімпійських ігор. Під час проведення ігор будували наметові городки, збільшували кількість таверн і інших підприємств гостинності.

Приблизно в I тис. До н.е. в Стародавній Греції з'явилися Патагонії – приватні постійні двори і пандокей – державні заїжджі двори. У період правління Олександра Македонського місто Ефес в Туреччині стало одним з найважливіших торговельних центрів, головним містом в античному світі, куди стікалися туристи, щоб помилуватися акробатами, жонглерами, чарівниками, які переповнювали його вулиці.

Важливу соціальну і суспільну функції в Стародавній Греції нарівні з тавернами виконували лазні або як їх тоді називали - «лаконикуми», які по суті були

прообразами сучасних відкритих і закритих клубів. Часто лазні були комплексом приміщень або будівель іноді з прилеглою територією. якщо в тавернах в основному надавали послуги з харчування (а для бажаючих були приміщення і для відпочинку), то в грецьких лазнях бажаючий міг не тільки попаритися, але і зайнятися спортом, зустрітися і відпочити з друзями, отримати комплекс лікувально-оздоровчих послуг (наприклад, лікування мінеральними водами, масаж). Так, в творах античних авторів – Арістотеля, Гомера, йшлося про використання мінеральних вод в лікувальних цілях, а Плутарх свідчить про те, що гарячі джерела острова Евбея приваблювали хворих не тільки з довколишніх, а й віддалених районів Греції. У таких лікувальних місцевостях з'являвся звичай будувати житло - прообраз сучасних курортних готелів для здачі хворим в найм.

Слід зазначити, що греки, а пізніше і римляни, були прихильниками різних богів, і, згідно з своїй перевазі, завжди могли отримати притулок і їжу в храмі свого бога – покровителя (наприклад, під час здійснення подорожі з Афин в Греції в Хіераполіса, який розташований на території сучасної Туреччини, де був один з найбільших храмів Аполлона).

Греки, як і лідійці, фінікійці, перси вели інтенсивно торгівлю, завойовували нові землі і засновували у множині нові колонії. наприклад, містами, які заснували греки на території України близько 2,5 тис. років тому були Керкинітида (сучасна Євпаторія), Ялта, Пантікапей (сучасна Керч), Феодосія, Херсонес і багато інших. Грецькі колонії будувалися за образом і подобою метрополії, тому у них будувалися таверни з кімнатами для відпочинку, лазні і т. п.

Визначну роль в появі підприємств гостинності зіграв розвиток торговельних зв'язків на Близькому Сході, в Азії та Закавказзя. Територією цих регіонів проходили найбільші торгові шляхи, по яких рухалися каравани з товаром. Наприклад, «Шовковий шлях» (загальна назва в XVI в. Торгових караванних шляхів з Китаю в Передню Азію через Середню Азію, якими провозили, головним чином, китайський шовк. Згаданий вище шлях проіснував кілька тисячоліть і залишив після себе караван-сараї, які існують і до цього дня).

Для організації відпочинку мандрівників уздовж торгових шляхів на відстані 25-30 км, що дорівнює одноденному верблюжому або кінному переходу, створювали спеціальні пункти розміщення – караван-сараї.

Караван-сарай – на багатьох тюркських мовах означає «караванний будинок» - велика громадська будівля в Азії, в містах, на дорогах і в незаселених місцях, служить, як правило, дахом і стоянкою для торгових караванів. Іноді розкішно побудовані, але без облаштування, в результаті чого мандрівники повинні були мати з собою ліжко і життєві запаси для себе і своїх тварин, часто перевезений здалеку, з великими витратами. В обов'язковому порядку присутня загін для в'ючних тварин. У великих містах караван-сараї були повноцінними подібно до сучасних, з наданням додаткових послуг – харчування, грошових обмінних пунктів і т. п.

На торгових шляхах караван-сарай звичайно був чотирикутним будинком з колодязем посередині. Відомі зальні караван-сараї (зустрічаються в Азії) – прямокутні будівлі, розділені на нефі (середній неф – для людей і товарів, бічні – для тварин). Найбільш поширений тип караван-сараю з внутрішнім двором,

оточений одно-, дво-, рідше - триповерховими приміщеннями. (Вгорі, як правило, готель, внизу – склади і стійла, рис. 1.1).

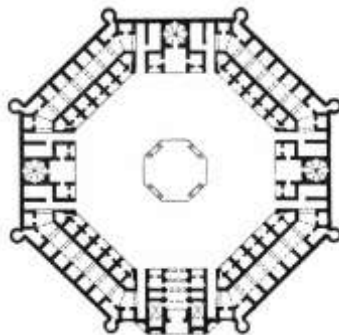


Рисунок 1.1 – План караван-сараю Амін-абад, Іран

При спорудженні часто враховувалися можливості нападу, тому всі будови обносили високою стіною, яка давала можливість відбити напад і витримати недовгу облогу. Крім того, стіни захищали караван-сараї від негоди.

Пізніше Стародавня Греція впала і була розгромлена римлянами. По пануванні римлян, що існують шляхи були збережені. Пізніше римляни були створили цілу систему доріг, простяглися від Єгипту до Британії, від Іспанії до Сирії. Саме ця система доріг стала основою для сучасних західноєвропейських доріг – таких знаменитих на весь світ. Саме завдяки розвиненій і розгалуженій мережі доріг, налічували 90 тис. км основних магістралей і 150-200 тис. км другорядних, в Римській імперії була створена відмінна державна поштова служба. Разом з дорогами розвивалася і дорожня інфраструктура – римляни будували вздовж доріг спеціальні будівлі для подорожуючих і державних потреб. Ця інфраструктура розміщення вздовж шляхів мала двоступінчатий характер: на основних дорогах через кожні 10-12 миль розташовувалися станції для зміни коней (Stationes), через кожні 30-40 миль – державні постоялі двори – мансіонес (Mansiones). Вони розташовувалися в містах і на головних дорогах, якими проїздили кур'єри і державні службовці з Риму аж до Малої Азії і Галії. Для розміщення представників вищої римської знаті – патриціїв, були обладнані приватні постоялі двори – стабулери.

Але не тільки державні люди подорожували. Багаті римляни також любили подорожувати до Єгипту і Греції, відвідували територію, яку населяли германські племена відомі своїми святилищами, джерелами з цілющою водою (Швейцарське місто Санкт-Морітц і німецький Баден-Баден), приморськими курортами і красою диких лісів. Цікавість їх була вже тоді безмежна, як і в сучасних туристів. Вони відвідували грецькі храми, місця, де покоївся прах Олександра Македонського, де жив філософ Сократ. Греки відвідували Єгипет, Іран, які контактували з племенами, які жили в степах Причорномор'я.

При розкопках руїн міста Помпеї, похованого під шаром попелу, утворювався при виверженні з Везувію, були виявлені приміщення для ресторану, таверни і будинки для відпочинку. Ці ж нічліжні будинки, розташовані вздовж головних доріг, можна вважати прообразом заїжджих дворів, а пізніше – і мотелів.

На всіх засобах розміщення путівників в римському імперії здійснювалося за класовою ознакою, що в свою чергу впливало на якість стану і обслуговування в

заїжджих дворах, оскільки в одних могли селитися тільки державні службовці, гінці, аристократія, а в інших – купці, торговці і прості мандрівні.

Терми в Римі (так само як і в класичній Греції) стали центрами суспільного життя. Традиційно римські терми склалися з декількох приміщень. Тепідарій – нагріте приміщення (як правило, з басейном) вода в якому – кімнатної температури. У цьому приміщенні відвідувачі прогрівалися перед подальшими процедурами. Кальдарій – жарке приміщення з теплим басейном. Часто до нього примикала парна. Фрігидарій – холодне приміщення, в якому зазвичай був басейн з холодною водою. Лазні мали оригінальну систему обігріву, свого роду центральне опалення – гіпокауст. Під підлогою приміщення були печі й казани з водою. Пара трубою поступала до парної, а гаряче повітря – в подвійну підлогу, що розділена цегляними стовпчиками, а потім проходило керамічними трубами, вбудованими в стіни. Таким чином, все приміщення лазні добре прогрівалося гарячим повітрям: у теплому приміщенні для миття від + 40°C до + 45°C, а в приміщенні (для потіння) від + 60°C до + 70°C. Температура води в басейнах мінялась від + 35°C в теплому до + 12°C – в холодному. Потрібно додати, що римські суспільні лазні зазвичай були щедро оброблені мармуром, мозаїкою, фресками і т. д., відрізнялися великими розмірами і в цілому – були багатим і значним видовищем.

Окрім свого основного призначення терми включали відкриті двори для повітряних і сонячних ванних, майданчиків для гімнастики, басейни для ігор і плавання, кімнати для відпочинку й масажу після лазні, різні приміщення для відпочинку і бесід, фонтани, бібліотеки й приміщення для музичних і літературних виступів.

## *2 Період середньовіччя*

В середні віки на розвиток підприємств гостинності істотно вплинули релігійні традиції зміцнюючого свої позиції християнства. У цей період безліч людей подорожувала головним чином до святих місць. Туди релігійні паломники відправлялися тисячами. Але слід зазначити, що паломництво були не лише на Заході, а і на Сході, «...причому, у східну культуру паломництво прийшло раніше, оскільки буддизм як релігія сформувався ще до нашої ери, тоді як християнство поширилося в Римській імперії лише у II-III ст. н.е., мусульманство – у VI-VII ст. на Близькому Сході...». Наприклад, на Сході буддійський чернець Фа Сян в IV ст. здійснив багаторічне паломництво з Китаю в Індію.

В Християнстві паломництво започаткувала свята Олена, мати імператора Костянтина Великого, яка здійснила подорож до Єрусалиму в 325 р., де знайшла труну Ісуса Христа та спорудила над цим містом храм. Також важливу роль у розвитку та поширенні християнства зіграла Візантійська імперія (виникла в IV ст. на території Східної Римської імперії), що знаходилась на перетині сухопутного та морського торговельних шляхів. Прочани Болгарії, Сербії та Київської Русі в першу чергу направлялися в першу чергу до святих місць Візантійської імперії. Це пояснювалось тим, що східно- і южнослав'янські культури прийняли християнство від Візантії.

В Західній Європі також було поширено мале паломництво – відвідування християнських святинь (наприклад, відвідування мощів святих), та велике

паломництво – здійснення релігійних подорожей до Риму, Венеції, Константинополю, Єрусалиму, що було пов'язано з труднощами. Розвиток паломництва сприяв появі странноприймних будинків, де всі паломники й мандрівники могли отримати кров та їжу безкоштовно. Наприклад, едикт Карла Великого зобов'язував монастирі й церкви утримувати «госпіції» – будинки, призначені для відпочинку пілігримів, де притулок подорожуючим й паломникам надавався безкоштовно на 2 дні.

Але безкоштовні послуги, що надавали монастирі мандрівникам стримували розвиток приватних підприємств розміщення. Хоча твердження, що відпочинок у монастирях був безкоштовним, вельми відносний, адже церква майже від усіх отримувала пожертвування. Кажучи сучасною мовою, середньовічні монастирі були першим «готельним ланцюгом». Але заїжджі двори та таверни вже існували, і кількість їх поступово зростала. І там, так само як і сьогодні, надавалися основні послуги: проживання та харчування.

Пізніше у 1095 році почалися Хрестові походи, що розтягнулися на подальші двісті років. І хоча це були військові походи, вони привели в рух величезні маси людей, що стало стимулом культурної дифузії між народами.

Розвиток заїжджих дворів і таверн почався тільки в пізніє середньовіччя. Так, в Англії в 1530-х рр. своїм указом король Генріх VIII перевів церковну власність до світської, а церковним закладам, що надають дах, велів стягувати плату за постій, що дало можливість розвиватися так само і приватним тавернам, які в той час були і як засіб розміщення, і підприємство харчування, і клуб за інтересами, але основною послугою було надання харчування.

Слід зазначити, що впродовж століть зовнішність стародавнього готелю кардинально не змінювалася. В основному вона складалася з огорожі для коней і двоповерхової будівлі, в якій на першому поверсі розташовувалася таверна, а на другому – спальні. Потім до цього комплексу основних послуг мандрівникам почали додавати відкриті і криті галереї, в яких влаштовували театральні вистави (наприклад, англійські інни). Там же надавалися і різні побутові послуги.

Інни (англ. inn – готель) знаходилися в Європі, можливо виникли тоді, коли римляни будували свою систему Римських доріг. Деякі сучасні інни в Європі працюють вже вздовж декількох сторіч. Окрім потреб мандрівників, інни традиційно були центрами суспільних зборів. У Європі, це – засіб розміщення, яке відрізняється від таверн, пивних і пабів. У пабах і пивних в основному продавалися алкоголь, а у Великобританії ще безалкогольні напої, їжа і рідше надавалося розміщення. Інни, як правило, були величезні будови, розраховані на довготривалу роботу; історично вони надавали не тільки харчування і житло, але і фураж в конюшні для коней мандрівників, а так само свіжих коней для поштових екіпажів. Багато пивних і пабів використовують сьогодні термін «інн» в своїй назві для того, щоб показати як давно вони були засновані і були колись заїжджими дворами або, щоб створити своєрідний образ свого закладу. В Лондоні студенти, які вивчали юриспруденцію, використовували інни як гуртожитки, а юристи Великобританії та Уельсу як офіси. Традиційні функції іннів зараз зазвичай виконуються готелями, притулками і мотелями, які сфокусували свою увагу на наданні послуг мешкання і ресторанами і тавернами, які реалізують алкогольні і безалкогольні напої і надають

послуги харчування. Готелі ж часто мають в своїй структурі ресторани і можуть надавати харчування своїм клієнтам, тобто забезпечують всі функції традиційних іннів. У Північній Америці використання слова «інн» використовують в торгових марках різних готелів подібно до готельного ланцюгу Holiday Inn, і в деяких державних законах, які посилаються на приватні готелі.

На Русі заїжджі двори з'явилися в XII-XIII ст.; тоді їх називали ямами і розташовували один від одного на відстані одного кінного переходу; ями покривали мережею величезні території. Ям – поштова станція на Русі в XII-XIII ст., де подорожні міняли утомлених коней на свіжих, з місцем відпочинку, постійними дворами і конюшнями.

Немає єдиної думки про походження цього слова. Але давно відмічено, що термін «ямщик» схожий по звучанню з тюркським «ямчі» (поштовий доглядач), а ще більше з персидським «ямджик» – гонець. «Ями» були установлені в період гегемонії Золотої Орди для її зв'язку з околицями. Після розпаду Золотої Орди система ямів в Росії збереглася і використовувалася для зв'язку між російськими містами. За допомогою системи ямів, розташованих на відстані 40-50 верст (43-53 км.) один від одного, з Москвою були сполучені: Архангельськ, Новгород, Псков, Смоленськ, Нижній Новгород і північні, а пізніше і українські міста.

Повинність ямщика відбувалася або всьому навколишньому населенню, яке було зобов'язаним на вимогу уряду доставляти в певні пункти коней з провідниками, або виконувалася ямщиками з охочих людей, влаштованих на особливих землях в слободі ямщиків. Всі справи з Ямщиковим гонінням були зосереджені в Наказі ящика (здагується з 1516 року), перейменованому в 1723 році в Канцелярію ямщика.

До речі, вже при Володимирі I (?-1015), що ввів на Русі як державну релігію – християнство, існували прообрази гостинних дворів. У той час вони розташовувалися на території вже існуючих посольств заморських і суміжних держав. Але, як відомо, засновниками всіх міжнародних і міждержавних відносин були торговці. Саме вони першими приходили у всі держави і були передовими представниками інтересів своїх держав. Відмітною особливістю перших гостинних дворів була наявність високих стін і міцних воріт. У великих російських містах з'явилися гостинні двори, де подорожні діставали можливість не тільки розміщення і харчування, але і здійснення комерційних операцій.

Гостинний двір (від слова гість) – комплекс будівель, що надає послуги для оптової торгівлі товарами і життєдіяльності торговців (зазвичай з інших регіонів і країн). Гостинні двори включали: торгові ряди, лавки, в яких зосереджувалася оптова торгівля різноманітними товарами; місця для зберігання товарів, проживання торговців, зберігання транспорту.

Ці особливості були обумовлені заниженою швидкістю роботи транспорту: купці приїжджали в Гостинні двори з великим запасом товару і проводили в них тривалий час, необхідний для збуту всієї партії товару. Після цього купці купували місцеві товари і відправлялися в зворотний шлях. До XV століття заїжджі двори (заїжджі двори існували на Русі відвіку, де містилися особи, які брали з тих, що проїжджають і зупиняються в них особливе мито, – постояло) зливаються з поштовими станціями, стаючи фактично готельними комплексами.



### *3 Від нового часу до сучасності*

З розквітом торгівлі і ремесел в епоху Ренесансу по всіх країнах Європи значно зріс рівень життя і, як наслідок, культурні запити людей. Пізніше, серед аристократії, стало модним здійснювати поїздки Європою, відправляючись у велике турне, зупиняючись у великих містах на декілька тижнів або навіть місяців. Ці поїздки вважалися за останнім штрихом, що завершує освіту молодого джентльмена або юної леді. Тоді подорожі з метою розширення культурного кругозору були долею тільки аристократії, що і зумовило появу заїжджих дворів і таверн, що надають все більшу кількість послуг своїм клієнтам.

У Росії продовжував розвиток – Петро I (Великий) наказав у 1700 р. переписати всі заїжджі двори і обкласти їх збором; незабаром він велів узяти їх до казни і віддавати на відкуп, доручивши нагляд за ними воєводам. У XVIII ст. заїжджі двори будували і в міських поселеннях, і при дорогах, і в селах. З 1832 р. при них почали будувати харчевні; з 1836 р. устанавлюють з них особливий збір на користь міських доходів. У зведенні законів 1886 року мовилося, що в той час заїжджі двори в міських поселеннях засновувалися для постачання дешевого притулку простому народу; утримувати їх дозволено всім особам, що мають право торгівлі в містах, без обмеження числа; право їх торгівлі однакове правом їстівних лавок; свідоцтва на утримання їх видаються (із зобов'язанням сплати річного акцизу на користь міських доходів) з міських соціальних установ, порядком, визначеним для закладів трактирів, нарівні з якими заїжджі двори підкоряються поліцейському нагляду. Утримання заїжджих дворів поза міськими поселеннями надане всім без особливих на те дозволів і без платежу акцизу на користь казни; призначення їх – давати притулок і продовольство таким, що проїжджає.

Приблизно в цей же час в Росії набувають поширення заклади трактирів. Трактир (лат. *tracto* – пригощаю) – за старих часів так називався придорожній готель або заїжджий двір з рестораном, харчевнею. Слово «трактир» запозичене з польської мови – «*traktjer*» (шинкар), італійського – «*trattoria*». Пізніше «трактиром» почали називати ресторан нижчого розряду.

Заклади трактирів відрізнялися затишком, домашньою атмосферою, доброзичливістю господаря і персоналу, і особливою кухнею. Але в кінці XIX ст. популярнішими стали ресторани, і конкурентна боротьба закінчилася не на користь трактирів, які стали підприємствами невисокого класу.

До XVI століття слід віднести відкриття в Західній Європі перших кав'ярень, що стали центрами культурного й літературного життя того часу. Їх появі сприяло розповсюдження таких екзотичних напоїв, як кава і чай.

Приблизно в XVIII ст. з'являється слово «Готель», яке відбулося від латинського кореня давньоримського хоспітеумса. Спочатку готелем іменували багатоквартирну будівлю, в якій квартири здавалися на місяць, на тиждень і навіть на один день. У цьому значенні термін використовували і у Франції.

Пізніше цей термін стає відомим і загальноживаним у Великобританії, де він придбав той сенс, який має і до цього дня. Невдовзі цей термін широко розповсюдився і до Америки – більшість таверн швидко перейменували в готелі, що, на думку власників, додавало їм своєрідний європейський шик.

Прийнято вважати, що саме США є батьківщиною більшості нововведень у сфері технічного оснащення готелів. Потреба в готелях в цій емігрантській, по суті, країні була дуже велика через безперервний потік переселенців, емігрантів, засланців і каторжан, які гостро потребували тимчасового розміщення, а безперервний попит сприяв бурхливому розвитку готельного бізнесу. У 1794 році в США був відкритий перший готель – 70-кімнатний «Сіті-отель» на Бродвеї в Нью-Йорку. У 1829 р. у Бостоні відкрився готель «Тремонт» – перший в США готель першого класу – з коридорним, реєстратурою (рецепцією), замками на дверях номерів (двомісних і одномісних). Саме ця подія і поклала початок готельному буму в цій країні.

Наприкінці XIX ст. в країні були поширені два основні типи готелів: великі й розкішні з різноманітним комплексом послуг; маленькі, які пропонували послуги за низькими цінами.

У розвитку туризму і туристської інфраструктури в світі залізниці зіграли важливу роль. Завдяки залізницям людям стала доступна в повному обсязі територія всієї Російської імперії, Північної Америки, Західної Європи. Залізниці швидко змінили кінні екіпажі: їздити стало швидше, зручніше, дешевше.

Залізниці підштовхнули розвиток туризму: завдяки залізницям курортні місця стали доступними для значної частини населення. Принесли вони з собою зміни і в готельну справу: до заїжджих дворів на розвилках доріг додалися привокзальні готелі з усім комплексом відповідного обслуговування. З іншого боку поява залізниць зумовила швидкий кінець більшості заїжджих дворів, караван-сараїв, придорожніх трактирів, але частина з них пізніше трансформувалася в мотелі.

Важливою віхою в розвитку готельної справи стає винахід першого автомобіля. Автотранспорт, що став доступним для простих громадян, дав поштовх розвитку нового виду туризму, – туризму з використанням автотранспорту, перетворивши караван-сараї і заїжджі двори в мотелі і придорожні готелі.

Початок XX століття визначився тим, що з'явився новий вид транспорту. Брати Райс, що захоплювалися планеризмом, вирішили до одного зі своїх планерів приробити мотор – початок авіації. Саме це феноменальне досягнення сприяло масовим капіталовкладенням в авіаційний транспорт. Аеропорти почали з'являтися практично у всіх крупних містах Європи, а при них – готелі.

В кінці XIX початку XX ст. в крупних містах Європи і Америки з'явилися розкішні (пятизіркові в сучасній термінології) готелі, розраховані на задоволення попиту з боку нових мільйонерів і старої знаті, для яких подорожі стали модним проведенням часу

Двадцяте століття характеризується постійним розвитком готельного і ресторанного господарства, який двічі із-за Світових війн було загальмовано. Слід зазначити, що, на відміну від Європи, в США участь в Світових війнах не так вплинула на розвиток готельної індустрії, що позитивно позначилося на формуванні найбільших готельних ланцюгів на території Північної і Південної Америки, Європи, Африки, Австралії. Такими ланцюгами є мережі готелів Ritz, Hilton, Marriott, Sheraton і ін.

У цей період значний внесок в розвиток готельної справи вніс швейцарець Цезарь Рітц (1850-1918); його ім'я до цього часу носить одна з найзнаменитіших і

дорогих європейських готельних мереж. Після невдалої спроби роботи в готелі знайомого батька в дитинстві, Рітц самостійно починає будувати свою кар'єру в скромному паризькому готелі «Hotel de la Fidelite», де сімнадцятирічний Рітц виконував обов'язки «прислуги на все» – протирав підлоги, чистив черевики, підносив багаж. Пізніше він стане помічником офіціанта, а вже в 1888 році Рітц став володарем власного готелю з рестораном.

Готелі Рітца незмінно вражали сучасників – в кожному номері була електрика, телефон і окрема ванна – немислима на ті часи розкіш. Сервіс теж був на високому рівні: саме Цезарь Рітц вимовив знамениту фразу «Клієнт завжди має рацію!».

З найбільш відомих нововведень Рітца можна відзначити появу оркестру в ресторані готелю, що грав вальси. Завдяки музиці відвідувачі довше залишалися за столами, що, природно, підвищувало доходи від продажу страв і напоїв. Він же займався проблемами освітлення в ресторані з метою, щоб коштовності на жінках «грали».

Елсворт Мілтон Статлер (1863-1928) – був новатором, чії ідеї і до цього дня грають важливу роль в туристичній справі. За бідності він рано почав працювати, потрапивши як белл-бой (хлопчик на побігеньках) в готель і почав рости службовими сходами, поки не став господарем сам. Е. М. Статлер постійно вводив нововведення, які робили перебування в стінах його закладу комфортнішими і приємнішими. У 1908 р. він відкрив готель нового типу в Буффало. Він став першим готелем, що був орієнтованим на представників середнього класу, в якому кожен номер мав ванну, що замінила звичайну для того часу одну велику ванну кімнату для всіх, що проживали в готелі. Архітектор намагався відмовити Статлера від цієї ідеї, аргументуючи це тим, що буде неможливо утриматися в межах фінансового кошторису. Статлер заперечив на це, що можна знайти дешевший варіант, наприклад, помістивши ванни двох сусідніх номерів поряд, щоб між ними була шахта для труб з гарячою водою і для електропроводки (тобто симетрично щодо вертикальних сантехнічних труб, загальних для двох номерів).

Статлер же запропонував встановлювати в готельному номері велике дзеркало, лампочки над ліжками, вимикач поряд з дверима, в номерах з'явився канцелярський папір, запропонував класти біля дверей безкоштовну ранкову газету, ввів уніформу для готельного персоналу.

У результаті багато хто вважає, що сучасна зовнішність готелів була сформована саме Е. М. Статлером.

Ще одним видатним новатором в готельній справі був Уїллард Марріотт – засновник величезної готельної і ресторанної мережі, який почав свій бізнес, працюючи на фермі батька і продаючи салат. Уїллард Марріотт (J. Willard Marriott 1900-1985), народився в сім'ї мормонів і починав з продажу салату на фермі свого батька. Марріотт спочатку закінчив коледж, а потім і університет штату в Солт-лейк-ситі і потім відкрив власний бізнес у Вашингтоні, де влітку завжди жарко, що робило його ідеальним ринком для торгівлі газованими напоями. Зокрема, традиційним американським root beer - безалкогольним напоєм, що настояний на корінні рослин і за смаком віддалено нагадує наш квас. Марріотт переконав фірму-виробника A&W Root Beer віддати йому на умовах франчайзингу столичний Вашингтон, а також Балтімор і Річмонд.

Весною 1927 року Марріотт остаточно перебрався на Східне побережжя та 20 травня цього року урочисто відкрив у Вашингтоні на свій перший заклад - кафе на дев'ять стільців, вклавши в нього позичені у банку \$ 6000. Незабаром Марріотт вирішив включити в меню кафе гарячі блюда. Кафе було перейменоване ним в Hot Shoppe, і вже через тридцять років активи новоспеченої компанії збільшилися з \$ 36 млн. Одним з нововведень в діяльність ресторанних підприємств, зроблених Марріоттом - старшим були «Стандартні процедури дії» - standard operation procedures (SOP) – які до цих пір залишаються основою менеджменту «Марріотт». Пізніше ці процедури були вдосконалені його сином . У 1937 році він створив систему бортового харчування на авіалініях, організувавши перший пункт обслуговування авіакомпаній Eastern, American і Capital на старому столичному аеродромі імені Гувера. А двома роками пізніше - і систему корпоративного харчування, організувавши кафетерії на підприємствах тодішнього Міністерства оборони. І навіть систему ресторанів швидкого обслуговування drive-in, винайшов не власник McDonald's Рей Крок, а Уїллард Марріотт. Саме йому належить ідея створення мережі придорожніх кафе і ресторанів швидкого обслуговування на найбільших автомагістралях. Перший такий заклад з'явився в 1955-му - за два десятиліття до першого McDonald's.

Проте, головний успіх чекав Marriott в готельному бізнесі. Перший мотель компанія придбала ще в 1957 р. У подальші роки компанія дуже стало розвивалася: відкривалися нові і нові готелі, ґрунтувалися нові бренди і отримувалися працюючі невеликі ланцюжки у сфері торгівлі і послуг. Компанія прагнула зайняти не одну, а декілька ніш на готельному ринку.

Великий внесок щодо розвитку готельної індустрії і формування сучасної зовнішності готелю зробив Конрад Ніколсон Хілтон (1887 – 1979 рр.), який тільки в 31 рік прийшов до готельного бізнесу, купивши заїжджий двір в мексиканському місті Сіско після декількох його невдач у бізнесі.

На сьогодні готелі мережі Hilton є майже у всіх країнах світу, куди за останню чверть ХХ століття увійшли ряд готелів класу «люкс» на чолі із старим і одним з найзнаменитіших готелів Нью-Йорка Waldorf Astoria (у 1977 році Hilton Hotels за \$35 млн. придбала його контрольний пакет акцій).

Особливе місце в діяльності готелів мережі Hilton зіграло впровадження в її роботу нових електронних пристроїв і пов'язаної з ними інфраструктури, яке почалася задовго до появи всім відомих і поширених понять – e-business (електронний бізнес) і Інтернет - технології.

У 2002 році імперія Хілтона стала одним з ініціаторів створення єдиної системи сітьового бронювання WorldRes, в яку, окрім самої Hilton, входили ресурси двох інших провідних гравців на полі курортно-готельного бізнесу – компаній Accor і Six Continents.

Нарешті, зовсім недавно компанія з успіхом анонсувала ще одне новаторське сервісне рішення – доступ до безпроводної локальної мережі на базі комутаторів безпроводного зв'язку Symbol Technologies. Цей комунікаційний комплекс був вперше випробуваний у франкфуртському готелі Hilton і відразу здобув популярність в адміністрації і клієнтів.

Компанія Конрада Хілтона першою в своєму секторі бізнесу упровадила і широко розповсюдила систему франчайзингу, для чого в 1965 році була створена дочірня фірма Hilton Inns. З часом цю систему прийняли всі конкуренти Hilton, сама ж компанія Конрада Хілтона сьогодні працює за договорами франчайзингу з 1352 готелями.

Можна виділити декілька основоположних принципів в роботі готелів групи Hilton, якими продовжують керуватися й сьогодні: Клієнтові безкоштовно треба пропонувати якомога більше послуг; Все, що може знадобитися клієнтові, повинно продаватися в готелі; Гроші повинен приносити весь простір готелю; Підтримка індивідуальності міста і країни при створенні готелю; Самостійне навчання персоналу гарантує підтримка рівня компанії і подальше його підвищення; Створення єдиної системи бронювання; Передача управління готелем до рук хороших менеджерів; Щоденне продумування розвитку готельного бізнесу для визначення кількості персоналу і закупівель, необхідних для задоволення практичних потреб клієнтів і створення прибутку.

В Україні слід враховувати революції, громадянську і дві світові війни. Готельна справа тоді не просто не розвивалася, а практично перестала існувати. Новий уряд націоналізував готелі й перетворив їх, наприклад, в комунальні квартири. Після Другої світової війни майже повністю зник колоніалізм, а вільні держави нічого не мали окрім природного рекреаційного потенціалу. Туріндустрія стала основним джерелом для поповнення державного бюджету ряду держав. Почався бурхливий розвиток готельного й ресторанного господарств.

В цілому ж той період був характерний тим, що, мабуть, саме тоді виникла сучасна туристська індустрія у вигляді складного комплексу засобів розміщення, транспорту, розваг, підприємств харчування, оздоровлення і іншого призначення, організацій, що здійснювали турагентську і туроператорську діяльність, надання всіляких послуг у вигляді екскурсійного обслуговування і послуг гідів-перекладачів.

У жовтні 1971 року інженер однієї з американських компаній Рей Томлінсон відправив з одного компютера на іншій послання «QWERTYUIOP» - простий набір клавіш верхнього рядка клавіатури. Свого часу і передача мідними проводами електричного сигналу, створеного за абеткою Морзе, відкрило цілу епоху в спілкуванні між людьми на відстані. Поява Інтернету дала поштовх розвитку нових технологій і зміни світу. Проте всесвітня комп'ютерна мережа не була першим відкриттям подібного роду. Сьогодні Інтернет розвивається за такою ж самою схемою, як і його попередники - телеграф і радіо. Проте, на відміну від них, він об'єднав в собі їх переваги - став не тільки корисним для зв'язку між людьми, але і загальнодоступним засобом для отримання інформації.

Початком розвитку мережі Інтернет в Україні стала перша половина 90 років ХХ століття. Як і все, що відноситься до сфери високих технологій, розвиток мережі Інтернет проходив з високою швидкістю. З кожним роком можна було спостерігати колосальне зростання кількості користувачів і серверів. Якщо спочатку Інтернет був переважно джерелом наукової інформації для інтелектуальної еліти суспільства, то з часом на нього звернув увагу і бізнес - власники готелів і ресторанів не стали виключенням. Сайти стали обов'язковим атрибутом будь-якого значного підприємства, з'явилося й набуло широкого поширення.

## **Тема 2. Основні фонди готельно-ресторанних підприємств, поняття проектування**

Виробництво утворює матеріальну основу економіки. Джерелом будь-якого виробництва є ресурси, які має в своєму розпорядженні підприємство. Ресурси підприємства – це сукупність природних, матеріальних і соціальних ресурсів, які можуть бути використані в процесі створення товарів і послуг.

В економіці всі ресурси поділяють на 4 групи: 1. Природні ресурси - тобто природні речовини; 2. Матеріальні ресурси - засоби виробництва; 3. Трудові ресурси - населення в працездатному віці; 4. Фінансові ресурси - грошові кошти, які мають у своєму розпорядженні суб'єкти господарювання.

Природні, матеріальні і трудові ресурси разом називають базовими, а фінансові – похідними. Чинники виробництва – це реально залучені до процесу виробництва ресурси. Виділяють 3 основних чинника виробництва: 1. Матеріально-технічна база – означає всі використовувані у виробництві ресурси; 2. Капітал – матеріальні і фінансові ресурси; 3. Трудова частина суспільства, яка зайнята в процесі виробництва.

Кожен чинник приносить своєму власникові певні доходи: праця – заробітну плату; капітал – відсотки; матеріально-технічна база – гроші (наприклад, від надання місця для відпочинку в готельному підприємстві).

Таким чином, матеріально-технічна база (МТБ) готельного і ресторанного підприємств - всі матеріально - речові елементи продуктивних сил підприємства, які використовуються для отримання прибутку.

До складу МТБ входять такі ресурси, як: будівлі, споруди, технічне і технологічне устаткування, інвентар, меблі і т.д. МТБ є матеріальною основою виробництва готельної і ресторанної послуги при використанні в тісному зв'язку з іншими виробничими ресурсами - трудовими, фінансовими, які впливають на ефективність використання МТБ і мають величезне значення.

Для здійснення своєї діяльності готельні й ресторани підприємства повинні мати необхідні засоби праці і матеріальні умови. Вони є найважливішим елементом продуктивних сил і визначають їх розвиток. В процесі виробництва здійснюється об'єднання робочої сили і засобів виробництва. У свою чергу, засоби виробництва складаються із засобів роботи і предметів роботи. У вартісному виразі вони представляють виробничі засоби підприємства, які поділяють на основні і оборотні.

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» під визначенням «основні засоби» слід розуміти матеріальні цінності, які призначаються для використання в господарській діяльності підприємства впродовж періоду, який перевищує 365 календарних днів з дати введення в експлуатацію таких матеріальних цінностей, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку “Основні засоби” (П(С)БО 7) основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання

(експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довше за рік).

Основні засоби готелів складають основу їх матеріально-технічної бази, зростання і вдосконалення якої є найважливішими умовами збільшення обсягу і якості послуг, що надаються, прибутку і вдосконалення їх технічного оснащення.

Основними засобами ресторанного господарства є матеріально-речові цінності, що функціонують як засоби виробництва, реалізації і організації споживання продукції. Класифікація основних засобів ресторану така ж, як і для готелів, але при цьому існують деякі особливості.

Враховуючи той факт, що за своїм складом основні засоби не однорідні, то їх класифікують за рядом ознак. Щодо їх ролі у виробничо-експлуатаційному процесі, основні засоби класифікують на: 1. Виробничі основні засоби, до яких відносять: засоби праці, які або беруть участь у виробничо-експлуатаційному процесі, або сприяють його здійсненню (будівлі готелів, устаткування). Виробничі основні засоби створюють матеріальні умови для надання готельних послуг; 2. До невикористаних основних фондів відносять засоби, які служать для задоволення побутових і культурних потреб працівників.

Згідно з Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» в основних засобах виділяють наступні чотири групи: Група 1. Будівлі, споруди, їх структурні компоненти і передавальні пристрої, зокрема житлові будинки і їх частини (квартири і місця суспільного користування), вартість капітального поліпшення землі. Група 2. Автомобільний транспорт і вузли (запасні частини) до нього; меблі, побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, інше конторське (офісне) устаткування, пристрої і пристосування до них, вартість капітального поліпшення землі. Група 3. Будь-які інші основні засоби, не включені до груп 1, 2 і 4 (наприклад, рослини, тварини, садовий інвентар). Група 4. Електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматизованої обробки інформації, пов'язані з ними засоби причитування або друку інформації, інші інформаційні системи, комп'ютерні програми, телефони (зокрема - стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів (предметів).

За функціональним (цільовим) призначенням виділяють наступні види основних засобів: будівлі; споруди; передавальні пристрої; машини та устаткування; транспортні засоби; інструмент; виробничий і господарський інвентар; інші.

Будівлі і споруди займають найбільшу питому вагу у складі основних засобів готельного господарства. Всі будівлі підрозділяють на: 1) основні - готелі в комплексі і окремо розташовані, ресторани, спортивні комплекси; 2) додаткові котельні, пральні, склади, гаражі та ін.

Готель покликаний створити комфортабельні умови для проживання клієнтів і надати їм ряд додаткових послуг. Будівля готелю є багатofункціональною спорудою і містить технічно складне устаткування. До споруд в готельних господарствах належать: водопідіймальні станції, артезіанські свердловини прісної і мінеральної води, які знаходяться на території санаторно-курортних комплексів, басейни, включаючи пристрої, що підігрівають, і арматуру, фонтани, каналізаційні споруди і інші комунальні споруди, спортивні майданчики, тенісні корти,

атракціони, паркові доріжки, скульптури, заасфальтовані двори і тротуари, дороги зі всіма допоміжними прибудовами і дорожніми знаками.

До передавальних пристроїв належать: електромережі, передавачі теплової енергії, телефонні мережі, радіо, мережі зовнішнього освітлення території, трубопроводи для опалювання, водопостачання, каналізація готельних і інших корпусів.

До машин і устаткування відносять: силові машини, трансформатори, розподільні щити, генератори, парові котли, електродвигуни, устаткування комунального господарства, пральні, телефонного зв'язку, пожежне устаткування та ін.

До транспортних засобів відносять: автомобілі, автобуси і електрокари, а в деяких готелях і повітряні та інші транспортні засоби.

Інструмент - різні інструменти, призначені для обробки сировини, матеріалів, напівфабрикатів (електродрилі, електровібратори, краскопульти і ін.), різні пристосування для пересування матеріалів в процесі обробки (все необхідне для поточного ремонту МТБ готелів і туристських комплексів).

Виробничий і господарський інвентар - предмети виробничого призначення, які забезпечують виконання виробничих операцій (робочі столи, верстаки і т. п.); засоби для зберігання рідких, сипких матеріалів, що знаходяться в майстернях, на складах (чани, бочки і тому подібне); а також конторський і господарський інвентар (меблі, канцелярські столи, друкарські машинки, розмножувальна техніка, пілососи); предмети господарського і культурного призначення (килими, телевізори, холодильники, піаніно, відеомагнітофони, картини).

До інших основних фондів можна віднести: робоча і продуктивна худоба (коні, корови та ін.); багаторічні насадження - плодово-ягідні, озеленувальні й декоративні; капітальні витрати на поліпшення земель - витрати, понесені підприємства на облагороджування земельних ділянок (розкопка, розкорчовування, вирівнювання та ін.), але не пов'язані зі зведенням споруд; інші основні засоби - бібліотечні засоби, одяг і взуття, що враховуються у складі основних засобів готельних установ і організацій; капітальні витрати в орендовані основні засоби та інші, що не увійшли до попередніх груп.

Основні засоби (залежно від ступеня участі в процесі надання послуг) поділяють на активні й пасивні, де: активна частина основних коштів готелю — житлові кімнати з меблями і іншими предметами господарського і культурного призначення; пасивна частина — передавальні пристрої, деякі види споруд, готельні корпуси; активна частина основних коштів ресторану (устаткування, машини, виробничий інвентар) робить прямий вплив на зростання випуску продукції; пасивна частина - будівлі, господарський інвентар, транспортні засоби, які необхідні для виробництва, реалізації і організації споживання кулінарної продукції.

За характером використання в процесі виробництва основні засоби класифікують на: основні засоби, що діють (основні засоби, які використовують у виробничій і господарській діяльності); такі, що знаходяться в запасі - призначаються для заміни тих, що діють (під час ремонту, модернізації або повного вибуття); недіючі - це такі засоби, які з різних причин не використовують або знаходяться на консервації.



Такий розподіл необхідний для отримання інформації щодо завантаження і ефективності використання основних засобів, можливість заміни засобів, що зносилися, вжиття заходів щодо передачі або реалізації іншим підприємствам непотрібних засобів, а також правильного розрахунку зносу для включення до витрат виробництва.

Об'єкти основних засобів залежно від права приналежності поділяють: · на ті, що належать готельному (ресторанному) підприємству на правах власності (зокрема здані в оренду або передані кому-небудь в безоплатне користування); · що знаходяться у готельного (ресторанного) підприємства в оперативному управлінні або господарському веденні; · що отримані готельним (ресторанним) підприємством в оренду, тобто – є власністю інших підприємств і відповідно до договору оренди використовуються на даному підприємстві.

Основні засоби поділяють за формою власності: на державні і приватні. Співвідношення вартості окремих груп основних засобів в їх загальній вартості, виражене у відсотках, називається структурою основних засобів.

Розрізняють виробничу, технологічну і іншу структуру основних засобів.

Виробнича структура визначається співвідношенням активної і пасивної частин основних коштів в їх загальній величині. Технологічна структура є співвідношенням окремих видів основних засобів в їх загальній вартості. Вона дає уявлення щодо функціонального складу основних засобів, є важливим показником розвитку підприємства і характеризує особливості співвідношення окремих видів засобів праці в загальній вартості основних засобів.

Окремо слід виділити структуру основних засобів підприємства ресторанного господарства, яка залежить від ряду чинників: типу підприємства (ресторан, кафе, їдальня та ін.), кількості місць, форм обслуговування і організації виробництва.

Основні засоби підприємства харчування виконують наступні функції: виробничі функції підприємства харчування пов'язані з випуском продукції; · невиробничі функції насамперед пов'язані з перетворенням вартості з товарної в грошову.

Основні засоби підприємств ресторанного господарства мають схожість із засобами торгового підприємства – реалізація товару і підприємствами харчової промисловості – виробництво і випуск продукції. Особливості функціонування основних засобів ресторанного підприємства: 1. Більша кількість машин і устаткування на відміну від торгового підприємства, що безпосередньо впливає на відсоток амортизаційних відрахувань; 2. Основні засоби ресторану спрямовані на випуск широкого спектра продукції для задоволення потреб різних груп населення; 3. Основні засоби ресторану завантажені нерівномірно протягом робочого часу, що пояснюють інтенсивністю потоку споживачів і особливістю продукції, яку випускають.

Оборотні засоби готельного й ресторанного підприємства. Процес виробництва і продажу продукції може здійснюватися безперебійно за наявності у підприємства не тільки необхідних основних засобів, нематеріальних активів, але і оборотних засобів, переважно у формі запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива і т. д., що особливо важливо для ресторанних підприємств. Як і основні, оборотні засоби функціонують у сфері виробництва, являючи

матеріальною основою виробництва і є виробничими засобами. Але в процесі функціонування засоби праці і предмети праці по-різному і різною мірою переносять свою вартість на вартість створюваного продукту. Цим і обумовлений розподіл виробничих засобів на основні та оборотні.

Оборотні виробничі засоби за речовим змістом є предметами праці, а також знаряддями праці, що враховують у складі малоцінних і швидкозносих предметів. Оборотні виробничі засоби обслуговують сферу виробництва і повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції, змінюючи первинну форму в процесі одного виробничого циклу.

Оборотними засобами називають сукупність оборотних виробничих засобів і засобів обігу, що постійно знаходяться в русі. Це означає, що оборотні кошти покликані обслуговувати як сферу виробництва, так і сферу обігу.

Оборотні виробничі засоби – це предмети праці, які повністю споживаються протягом одного виробничого циклу і повністю переносять свою вартість на готову продукцію.

Засоби обігу, що покликані обслуговувати процес реалізації продукції: готову продукцію; грошові кошти; кошти в розрахунках.

За своєю економічною природою оборотними коштами є грошові кошти, вкладені (авансовані) в оборотні виробничі кошти і засоби обігу.

Основне призначення оборотних коштів – це забезпечення безперервності і ритмічності виробництва. За призначенням у виробничому процесі (за елементами) оборотні кошти ділять на: матеріально-виробничі запаси: сировину, основні матеріали, напівфабрикати (що купують) і комплектуючі вироби; допоміжні матеріали; паливо; тару; запасні частини; засоби, що знаходяться в процесі виробництва: незавершене виробництво; витрати майбутніх періодів – це витрати, проведені зараз, але що відносяться до майбутніх періодів (заздалегідь сплачена орендна плата); готову продукцію; готову продукцію на складі підприємства; готову продукцію відвантажена; грошові засоби і засоби в розрахунках: дебіторську заборгованість; короткострокові фінансові вкладення; грошові кошти.

Структура оборотних коштів характеризується питомою вагою окремих елементів оборотних коштів в загальній сукупності і виражається у відсотках.

Оцінку основних засобів готелів і ресторанів проводять з урахуванням натуральних і вартісних показників.

Використовуючи вартісну оцінку основних засобів, можна визначити їх величину, структуру, спланувати і нарахувати амортизацію, витрати, пов'язані з функціонуванням основних засобів, виявляти ступінь ефективності їх експлуатації, оновлення, вибуття.

Оцінка основних засобів може здійснюватися за наступними видами вартості: первинна, залишкова, відновлювальна; тобто, основні засоби мають первинну, залишкову і відновлювальну вартість.

Первинна вартість формується з фактичних витрат на їх придбання, спорудження і виготовлення, включаючи витрати за доставку, монтаж і установку. Зміну первинної вартості основних засобів допускають лише у випадках добудови, дообладнання, реконструкції і часткової ліквідації відповідних об'єктів.

Основні засоби, що створені в різний час і оцінені за первинною вартістю, не можуть бути порівняні внаслідок різних умов їх виробництва і придбання. Для усунення спотворюючого впливу ціннісного чинника застосовують оцінку основних засобів за їх відновленою вартістю – за вартістю їх виробництва або придбання в умовах і за цінами даного року.

Оцінка основних засобів за первинною і відновленою вартістю може бути повною і залишковою. Повну вартість основних засобів визначають без урахування тієї частки їх вартості, яка перенесена на продукцію, що виготовлена за допомогою цих засобів.

Залишкову вартість основних засобів визначають з урахуванням тієї частки їх вартості, яка перенесена на продукцію, що виготовлена за допомогою цих засобів.

В процесі експлуатації основні засоби готелів знецінюються і фізично зношуються, тобто відбувається знос основних засобів. Розрізняють два види зносу: фізичний і моральний.

Фізичний знос основних засобів - матеріальне зношення елементів основних засобів, поступова втрата ними споживної вартості в результаті їх використання в процесі праці і під впливом природних сил природи. На фізичний знос будівель і споруд впливає ряд чинників, пов'язаних з їх технічною експлуатацією і обслуговуванням. До них відносять: вартість і якість будівельно-монтажних робіт і матеріалів, які використовують під час ремонту будівель; період перебування будівлі в експлуатації; якість і своєчасність поточного і капітального ремонту; правила експлуатації об'єкту і ін.

Моральний знос основних засобів — це старіння і знецінення окремих елементів основних засобів під впливом технічного прогресу. Під впливом науково-технічного прогресу з'являються готельні комплекси, перевершуючи колишні за техніко-економічними характеристиками (потужність, надійність, економічність, комфортабельність).

Протягом використання основних засобів проводять їх амортизацію. Під терміном «амортизація» основних засобів слід розуміти поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення, поліпшення в межах норм амортизаційних відрахувань, які встановлюють згідно зі статті 8 «амортизація» Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» (із змінами і доповненнями від 19.12.2006 р. № 489-V).

Що стосується ресторанного господарства, то багато разів використані основні засоби поступово (у міру зносу) переносять свою вартість на продукцію харчування, що виготовляється. Основні засоби ресторану пов'язані з наданням клієнтам готелю послуг різного характеру. Об'єктами амортизації є всі основні засоби, окрім землі і незавершених об'єктів капітальних вкладень.

Нарахування амортизації починають з місяця, наступного за місяцем, в якому об'єкт основних засобів був придбаний, став придатний для корисного використання (став активом), і припиняється в місяці, наступному за місяцем вибуття основних засобів. Нарахування амортизації може припинятися на період реконструкції, поліпшення, модернізації, добудови, дообладнання і консервації основних засобів.

При визначенні терміну корисної дії основних засобів враховують такі чинники: правові і інші обмеження за термінами використання об'єкта; очікуване

використання об'єкта підприємством з урахуванням його потужності або продуктивності; які передбачають моральний і фізичний знос.

Термін корисної дії може змінитися при зміні економічної вигоди від його використання.

З часом, навіть при найретельнішому здійсненні обліку, можливе виникнення невідповідності даних обліку фактичній наявності активів і зобов'язань підприємства, установи або організації. Причинами виникнення такої невідповідності можуть бути як природні (не враховані) процеси, так і штучно створювані за халатності або за злочинним задумом матеріально - відповідальних осіб і облікових працівників.

Інвентаризація – це періодична перевірка фактичної наявності засобів і майна підприємства, їх стану, зберігання, правильності і реальності обліку. Інвентаризація є одним із способів контролю за збереженням, а в деяких випадках і стану, активів підприємства. Вона дозволяє виявити існуючі невідповідності, винних в їх виникненні осіб і відшкодувати за рахунок цих осіб заподіяний готельному або ресторанному підприємству збиток. Тільки після проведення інвентаризації активів і зобов'язань підприємства можна з упевненістю стверджувати, що дані бухгалтерського обліку підприємства є достовірними.

Інвентаризація проводять в наступних ситуаціях: перед складанням річної фінансової звітності обов'язкове проведення інвентаризації активів і зобов'язань підприємства; при передачі майна державного підприємства в оренду, приватизації майна державного підприємства, перетворенні державного підприємства в акціонерне товариство; при зміні матеріально-відповідальних осіб (на день прийому-передачі справ); при встановленні фактів крадіжок або пожежі, стихійного лиха або техногенної аварії; при ліквідації підприємства, а також в інших випадках, передбачених законодавством.

### **Тема 3. Загальні принципи проектування**

Проміжок часу між моментом появи проекту та моментом його ліквідації називається проектним циклом («життєвим циклом проекту», «ЖЦП»).

Стани, через які проходить проект у процесі свого життєвого циклу, називають фазами (етапами, стадіями). Універсального підходу до поділу процесу реалізації проекту на фази не існує.

З точки зору системного підходу до управління проектами принципова структура ЖЦП має наступний вид: початкова фаза (концептуальна), фаза розроблення, фаза реалізації, фаза завершення.

Головним змістом робіт на цих фазах ЖЦП є наступне: початкова – розробка концепції проекту; розробки – розробка основних компонентів системи управління проектом; реалізації – виконання основних робіт проекту, необхідних для досягнення цілі проекту; завершення – досягнення кінцевої цілі проекту, підведення ітогів, розрешення конфліктів, закриття проекту.

Особливе місце займає початкова фаза, яка включає: ініціацію проекту та наступної фази проекту; виявлення потреби у змінах (проекті); визначення проекту; встановлення та порівняльну оцінку альтернатива; представлення концептуальних

пропозицій, їх апробацію та експертизу; затвердження концепції та отримання одобрення для початку робіт по проекту або по наступній фазі.

Таким чином, на цій фазі повинне бути виконано обґрунтування доцільності проекту для прийняття рішення про його розробку та реалізацію.

При цьому обґрунтування доцільності проекту здійснюється в 2 етапи: 1-й етап – попередній аналіз осуществимости проекту; 2-й етап (якщо ідея проекту оказалась прийнятною) - комплексний проектний аналіз, ціль якого – визначити результати (цінність) проекту.

Основними причинами появи проектів є: незадовільнений попит; избыточные ресурси; ініціатива підприємців; реакція на політичний тиск; інтереси кредиторів.

Проект як задум, ідея виникає в процесі аналізу ситуації, що склалася. Будь-який проект повинен бути «придуман», осмыслен та ініційован. Ініціація проекту є початком його здійснення.

В якості ініціатора може виступати практично будь-який з майбутніх учасників проекту, але в кінцевому рахунку ініціатива повинна виходити від заказчика, який найбільш заінтересований в його здійсненні та досягненні результатів.

В ході аналізу ситуації, що склалася, може бути сформований цілий ряд альтернативних ідей проекту. Тому необхідно виконати попередню експертизу та виключити із подальшого розгляду явно неприемлемі проекти.

Проект – складна динамічна система, управління якою передбачає виокремлення управляючої та керованої підсистем. І та, і інша повинні бути відповідним чином організовані.

Ефективність управління проектами значно залежить від організаційної структури, яка при цьому використовується.

Під організаційною структурою проекту найчастіше розуміють сукупність елементів організації (посад та структурних підрозділів) та зв'язків між ними.

Зв'язки між посадами та структурними підрозділами можуть бути вертикальні (адміністративно-функціональні) та горизонтальні (технологічні).

За вертикальними зв'язками протікають адміністративні процеси прийняття рішень, за горизонтальними – процеси виконання робіт.

Не дивлячись на різноманіття типів та видів проектів, їх структура управління за своїм змістом в основному однорідна, оскільки здійснюються практично одні й ті види робіт по управлінню. Це обставина забезпечує єдиний підхід до проектування структур управління.

До загальних принципів побудови оргструктур управління проектами відносять наступні:

- відповідність оргструктури системи взаємовідносин учасників проекту;
- відповідність оргструктури змісту проекту;
- відповідність оргструктури вимогам зовнішнього оточення.

Але оскільки однією з характеристик проектів є їх неповторність, то існують фактори, що впливають на вибір варіанта оргструктури управління проектом. До них відносяться:

- технічні (масштаби проекту, складність техпроцесів та обладнання, характер інформаційних потоків);

- організаційно-економічні (характер зв'язків між різними ступенями та ланками структури, між об'єктом та суб'єктом управління, ступень централізації функцій управління, організаційно-економічний рівень, культура кадрів тощо);
- соціально-психологічні (відносини в команді проекту, характер психологічного клімату тощо);
- зовнішні зв'язки та умови (характер кооперації та конкуренції, система постачань, кліматичні та природні умови тощо).

Найбільший вплив на структуру управління оказують функції управління, їх склад, зміст та об'єм. Зростання об'ємів робіт, пов'язаних із проектом, обумовлює розвиток функцій управління, які потребують реорганізації структури управління. Тому, як правило, структуру управління проектом необхідно розглядати як організаційно-динамічну структуру.

#### **Тема 4. Планувальна структура ділянки готельно-ресторанного підприємства**

Важливе поліфункціональне значення для готельних підприємств має прилегла територія. Вона повинна бути достатньою в розмірах для виконання виробничих завдань засобу розміщення, забезпечення необхідних рекреаційних, екологічних, естетичних умов для гостей тощо. У структурі важливих функціональних зон прилеглої до готелю території виділяється майданчик для паркування автотранспорту, вхід в готель, під'їзні шляхи до приміщень допоміжних служб, гараж, спортивні споруди та для відпочинку, зелені насадження. Планування і розміри прилеглої до готелю території повинні бути раціональними і відповідати вимогам окремих категорій готелів щодо рівня комфорту. Площа ділянки для забудови готелю визначається завданням на проектування або проектом з урахуванням умов розміщення, характеру міського середовища, функціонального складу і категорії готелю.

Готельні комплекси є складними, часто унікальними спорудами. Їх розміщення в планувальній структурі міста є відповідальним процесом.

Вибір ділянки для розміщення готельного господарства зумовлюється цілим рядом чинників, основними з яких є: 1. Містобудівні: необхідна площа території з урахуванням специфіки експлуатації готельного господарства і його місткості, оптимальні геометричні контури ділянки, раціональне розташування з урахуванням транспортних комунікацій і наявність хорошого зв'язку з центральною частиною міста, залізничним вокзалом, аеропортом тощо. 2. Архітектурно - ландшафтні: наявність природних компонентів на ділянці або на прилеглої території - озеленення, водних поверхонь, рельєфу тощо. 3. Екологічні: комфортність території, відповідність санітарно-гігієнічних параметрів середовища нормативним вимогам (чистота повітряного басейну, шум, аерація, інсоляція). 4. Інженерно - економічні: наявність інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, енергоносії тощо) і можливість підключення до існуючих інженерних мереж з урахуванням їх потужності та потужності готельного господарства.

Сучасна архітектура готельного господарства покликана створити комфортабельні умови для перебування гостей і надати їм ряд додаткових послуг. Основні принципи, що беруться до уваги при спорудженні готельного господарства,

наступні: 1. Споруда (або комплекс будівель і споруд) повинні органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості навколишнього ландшафту. 2. Слід враховувати природно-кліматичні чинники: температуру і вологість повітря, кількість опадів, інсоляцію, швидкість і напрям вітру тощо. 3. Архітектурне, конструктивне і планувальне рішення готельного господарства не повинні бути надмірно дорогими. Планування повинно забезпечувати економічність її експлуатації. Основні зусилля проєктантів повинні спрямовуватися на раціональне поєднання поточних і одноразових витрат. 4. При проєктуванні готельного господарства відіграють рекламні міркування: забезпечення оформлення фасаду, що підкреслює престижність готельного господарства; встановлення рекордів певного напрямку (будівництво найвищої споруди, найбільш екзотичної тощо); розташування вітрин торгових центрів готельного господарства тощо. 5. Планування готельного господарства повинне забезпечувати раціональну організацію обслуговування та відповідний комфорт гостям, відповідати функціональним вимогам. 6. Готельне господарство повинне відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам і рекомендаціям. Необхідно передбачити можливість реконструкції готельного господарства. 7. Необхідно дотримувати умов економічності процесу будівництва готельного господарства. Проєктування готельного комплексу здійснюється на основі документів нормативного і рекомендаційного характеру. Зміст цих документів розрізняється по країнах і по готельних ланцюгах.

У проєкті готельного господарства регламентуються показники об'єму споруди, площі забудови, вартості будівництва, матеріалів, конструкцій, інженерного устаткування, ресторанних підприємств, додаткових послуг гостям, вказується кількість місць і номерів, а також співвідношення номерів різної місткості.

Виявлення потреб у готельних місцях є досить складним завданням. Для його вирішення слід мати у своєму розпорядженні відповідні методи, знати чинники, що впливають на попит на розміщення, передбачити майбутні зміни попиту і пропозиції. Потреба у готельних місцях залежить від кількості та пропускну здатності місць тяжіння туристів, існуючої забезпеченості регіону готельними комплексами та ступеня їх завантаженості, тенденцій зміни контингенту мешканців готельних комплексів. Важливим орієнтиром в розрахунку одноразової місткості готельного господарства є динаміка доходів населення, значимість регіону, особливості регіонального розвитку, ділової активності, транспортної системи тощо.

Споруди готельного господарства розрізняють за багатьма ознаками: типом конструкцій, місткістю, поверховістю, призначенням, режимом експлуатації тощо.

Залежно від типу конструкцій і матеріалів споруди готельного господарства бувають каркасними, блоковими, монолітними, з дешевих будівельних матеріалів тощо.

За режимом експлуатації розрізняють готельні комплекси цілорічної, сезонної та змішаної дії.

Різні сучасні концепції архітектури споруд готельного господарства знаходять своє вираження в просторових і масових формах, що застосовуються найчастіше.

Майже класичним є рішення у вигляді компактного масиву, який органічно буде вписуватися у відповідний ансамбль. Прикладів такого виду споруд зустрічається багато.

Особливість будівель, архітектура підприємств готельного господарства починаючи з 50 -х років ХХ ст. і по сьогоднішній день полягає у красоті геометричних конструкцій, які ґрунтуються на принципі утилітаризму із сталі та залізобетону.

Готельне господарство, розташоване в живописних місцях, найчастіше має невелику поверховість. Це сприяє гостям бути в безпосередньому контакті з навколишньою природою. Крім того низька споруда у меншій мірі змінює ландшафт, ніж багатоповерхові споруди, - три поверховий готель може бути прихований деревами.

Останнім часом при будівництві готельного господарства відзначається тенденція до збільшення місткості. В результаті з'являється доцільність застосування більш потужного і сучасного технологічного та інженерного обладнання, підвищується відношення робочої площі до загальної, скорочується допоміжна площа, а також площа коридорів, холів, проходів по відношенню до загальної площі.

Поєднання чинників формування архітектурно-планувальних форм у конкретному випадку зумовило виникнення різних типів конструкцій готельних споруд. У типології готельних споруд згідно архітектурно-планувальних форм доцільно приймати до уваги два критерії: по-перше, розташування і зв'язок між основними функціональними приміщеннями і, по-друге, планування згідно певної геометричної форми.

Готельні споруди у розташуванні і зв'язку між основними архітектурно-просторовими приміщеннями у плануванні поділяються на такі типи: централізоване планування — найбільш поширений серед міських готельних засобів розміщення тип планування з характерним розташуванням основних функціональних приміщень в одній споруді, на одному або різних рівнях.

Централізоване планування готелів типове насамперед для міст із щільною забудовою і обмеженими можливостями просторового розширення для закладу розміщення.

Основні і допоміжні функціональні ланки у готелях з таким плануванням найчастіше розташовуються на перших (підвальних) або верхніх поверхах.

Готелі блочного планування характеризуються розташуванням основних функціональних приміщень у різних просторово відокремлених спорудах – блоках, між якими здійснюються стійкі взаємозв'язки. Блочний тип планування насамперед характерний для готельних комплексів – готельних підприємств значної місткості і обсягу послуг, що надаються просторово відокремленими спеціалізованими структурними ланками. Розрізняють розосереджений, зблокований і павільйонний підтипи блочної моделі планування.

Подіумне планування характеризується злиттям в одне ціле горизонтального корпусу, сформованого з приміщень загального користування, і вертикального, що виконує функції житлової частини будівлі. Подіумний підхід новий у плануванні готельних споруд, він використовується в архітектурі з середини ХХ ст. і найбільш



характерний для готелів середньої та високої категорії значної місткості, що займають значну територію і мають декілька під'їздів.

Згідно використання у будівництві готелю основних геометричних форм, виділяються такі типи планування: спрощене планування, ця модель планування представлена у формі прямокутника і є найбільш поширеною серед готельних споруд; компактне планування, характеризується використанням різних геометричних форм: квадрата, трикутника, багатокутника, круга, еліпса, кільця; ускладнене планування, пов'язане з різним блокуванням номерів і житлових поверхів із зміщенням від прямолінійного, трапецієподібного, криволінійного типів: Т-подібне блокування), П-подібне, Н-подібне, Х-подібне тощо; атріумне планування пов'язується з внутрішньою застеленою галереєю спрощеного або ускладненого типу: прямокутне з внутрішнім двориком, трикутне.

## **Тема 5. Загальні вимоги до проектування закладів ресторанного господарства**

Готель може бути визначений як комерційне підприємство, основною задачею якого є надання туристам послуг по розміщенню і харчуванню, а також надання в оренду конференц-залів.

Серед головних критеріїв, за якими обирається місце розташування для підприємств громадського харчування, повинні бути наступні: характер торгово-виробничої діяльності, місцю розташування, контингент обслуговуваних клієнтів (гостей), асортимент продукції (спеціалізація), місткість, форма обслуговування, час функціонування, рівень обслуговування.

У структурі готельних комплексів може бути декілька ресторанів, а може не бути жодного. У великих готелях, що входять у відомі готельні ланцюги, зазвичай два ресторани - фешенебельний фірмовий і невеликий з невисоким рівнем цін. Ресторани при готелях обслуговують як проживаючих у них гостей, так і широку публіку.

*Ресторан* (від лат. *Restaurare*, відновити, кріпити) – підприємство громадського харчування, що надає гостям широкий асортимент страв, напоїв, кондитерських виробів, у тому числі фірмових і складного приготування.

*Ресторан «Люкс»* має банкетним залом, баром, коктейль холлом з барною стійкою. Інтер'єр повинен мати високий клас архітектурно-художнього оформлення. Стиль дизайну повинен відповідати назві ресторану.

*Ресторан вищого класу* - підприємство, що має оригінальність інтер'єру, вибір послуг, різноманітний асортимент страв. У вечірній час організовується музична програма.

*Ресторан першого класу* припускає гармонійність інтер'єру, вибір послуг, різноманітний асортимент страв. Важливе значення має вибір місця для розташування ресторану. Місце повинно подобатися людям, які будуть його відвідувати.

Функціональна організація блоку приміщень харчування вирішується з урахуванням категорії готелю. В однозіркових готелях харчування гостей не передбачається. У двох-тризіркових повинні бути ресторани або кафе. У 4 і 5-зіркових - ресторани, банкетні зали, бари, а в 5-зіркових і нічні клуби.

Нічні клуби розраховані на показ видовищних програм і будуються звичайно за типом вар'єте з можливістю розташування посадкових місць у вигляді амфітеатру, з танцювальним майданчиком, гримерними, приміщеннями реквізиту, світлотехніки тощо. Ресторан готелю включає до числа своїх посадкових місць банкетні зали, що організовуються в ресторанній групі приміщень, однак число місць у банкетних залах нормується не більше 20% загальної місткості ресторану.

Обідні зали в їдальнях і ресторанах варто проектувати місткістю не більше 250 місць, оскільки при більшій місткості створюється дискомфортна обстановка (шум, занадто жвавий рух відвідувачів).

Кількість посадкових місць у буфетах визначається з розрахунку не менш 10% місткості готелю. Рационально їх розташовувати з добрим вертикальним або іншим зв'язком із блоком групи харчування. За діючими нормативами в готелях всіх типів і категорій число місць в ресторанах має становити 45-68%, в кафе - 13-28%, в буфетах - 7-9%, в барах - 13-24%.

Весь обслуговуючий групу харчування персонал повинен мати окремий вхід у готель зі своїм вестибюлем, роздягальнями тощо.

Тенденція розглядати ресторанну групу приміщень у курортних і туристичних готелях як одне з місць можливого проведення дозвілля, обумовила появу в складі цієї групи таких нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, грилі-ресторани, вар'єте, винні і пивні погребки, танц-бари, бари-дискотеки та ін. Такі підприємства харчування одержали найменування підприємств «розважального» харчування. Тенденція до їхнього розвитку у готелях у даний час є досить перспективною.

## **Тема 6. Архітектурні та будівельні вимоги до закладів ресторанного господарства**

Архітектурно-планувальна організація споруд готелів важливий фактор їхнього функціонування, особливості архітектури, значно виразніше планування готельних споруд, суттєво виділяє їх на фоні споруд іншого функціонального профілю.

Архітектура готелю в певній мірі виступає фактором його самореклами. Окремі готелі оригінальністю архітектури вираженої у формі споруди, оздобленні фасаду, висоті будівлі, використанні будівельних матеріалів відомі у всьому світі один з найвищих у Європі готель «Вестін Роттердам» у Роттердамі (Нідерланди), готель «Ройал олімпік» в Афінах (Греція) з терасами на скляному фасаді з насадженнями декоративних дерев тощо. Водночас особливості архітектури відіграють роль культурно-естетичного фактора забудови території – споруда готелю гармонійно доповнює місцевий архітектурний колорит або створює архітектурну протилежність локальному архітектурному плануванню і певний естетичний дискомфорт.

Архітектурно-планувальні особливості готелю виступають важливим економічним фактором їхнього розвитку. З типом планування і забудови суттєво пов'язані витрати на благоустрій навколишньої території, відрахування за використання земельної ділянки (податок на землю, орендна плата та ін.), догляд та ремонт будівлі та ін.

Архітектурно-планувальна характеристика готелю впливає на особливості обладнання закладу інженерно-технічними засобами, важливий фактор безпеки проживання для гостей і роботи для персоналу. У великих готелях виникає необхідність додаткових заходів безпеки, зумовленої людським, природним, технічним факторами.

Водночас, архітектурно-планувальна організація готелів також зазнає впливу ряду чинників, серед яких основні: історичний тип будівлі, місце у міській забудові, характер природного ландшафту, категорія готелю, економічні, етнічні особливості регіону.

Більшість сучасних готелів побудована у XIX–XX ст., особливо інтенсивно їхнє будівництво здійснювалось після Другої світової війни. Розширення мережі готельних підприємств, в тому числі значних розмірів, зумовлювалось зростаючим значенням туризму, ділової активності, широким використанням нових технологій і матеріалів, насамперед залізобетону, у будівництві.

В архітектурному стилі європейських та американських готелів кінця XIX початку XX ст. характерною рисою є намагання надати фасаду будівель представницького вигляду, що є свідченням комфорту та високої економічної рентабельності засобу розміщення. В оформленні композиції екстер'єру використовувалась значна кількість архітектурно-декоративних елементів, які відповідали вимогам підвищеної монументальності фасаду. Мозаїчність композиції фасаду пов'язувалась з використанням класичних елементів – колон, арочних переходів, розірваних фронтонів, які підкреслювали монументальність будівлі і не поступались палацам другої половини XIX ст. Тоді сформувалась типова для сучасних готелів схема планування першого поверху: в центрі розташовувався вестибюль з парадним сходовим холлом, тут же, або у напівпідвалі, розташовувався ресторан, адміністративні та господарські приміщення, на інших поверхах – житлові кімнати.

Готелі цього періоду в архітектурно-планувальній композиції зовнішнього вигляду, плануванні житлових і нежитлових приміщень, розмірах, як правило суттєво відрізняються від будівель готелів побудованих після Другої світової війни.

Архітектура сучасних готелів, побудованих від середини 60-х років XX ст. пов'язується із загальним процесом урбанізації. В архітектурі закладів розміщення цей процес відображається у будівництві багатоповерхових архітектурних форм, розрахованої на обслуговування значної кількості гостей. У будівництві цього готелю використано залізобетон, у зовнішньому облицюванні — скло, внутрішній простір раціонально спланований, обладнаний складною системою інженерних комунікацій, різного типу закладами харчування, підприємствами допоміжного сервісу.

Значного поширення набувають готельні комплекси — готелі, що складаються з двох і більше просторово відокремлених корпусів з системою установ різнопрофільного інфраструктурного забезпечення — харчування, ігровими, розважальними, виставковими та іншими закладами. Особливою грандіозністю відзначаються готельні комплекси атріумного типу, характерні для визначних ділових центрів, курортних центрів і центрів ігрового бізнесу. Атріумний тип архітектурно-планувальних форм готелів був започаткований з будівництвом

готелю «Рідженсі-Хайатт» у 1967 р. в Атланті (США). Цей готель має форму квадрата з внутрішнім атриумом (подвір'ям), перекритого на рівні 22 поверха скляним перекриттям. У просторі озеленого атриума вирізняються поверхові галереї, ліфтовий холл із скляними кабінами ліфтів. Внутрішній простір атриума організований як мініатюрне містечко з зонами відпочинку, ресторанами, торговими закладами, спортивними майданчиками та ін.

Значну роль в архітектурно-планувальній організації готелів відіграє їхнє розташування у міській забудові: в центрі міста, на його окраїні, поблизу визначних об'єктів міської інфраструктури (пам'ятки історії та архітектури, відомчих установ, закладів культури та ін.), у приміській чи парковій зоні відпочинку.

Розташування готелю у центрі міста зумовлює необхідність органічної відповідності архітектурному ансамблю вулиці, площі, сусідніх будівель. Водночас, будівля готелю часто є основним архітектурним акцентом у забудові мікрорайону, виділяється поверховістю, оригінальністю архітектури, що підкреслює престиж готельного комплексу.

Спорудження готелю у центральній зімкнутій міській забудові обумовлює компакту форму споруди. Конфігурація ділянки забудови визначає вибір планувального типу закладу розміщення. Більшість готелів у центральній частині міст характеризується багатопверховістю, основа будівлі часто має прямокутну, трапецеподібну форму, форму трилисника.

Економічні фактори відображаються у раціональності проектування споруди готелю, зокрема на планувальній структурі житлових поверхів, номерів, приміщень для обслуговуючого персоналу, ліфтових і сходових холах, горизонтальних і вертикальних комунікаціях, зв'язках між поверхами та приміщеннями в межах одного поверху, зрештою на затратах часу, зручності використання приміщень різних функціональних груп.

Будівлі готелю розташовані в історичній частині міста повинні відповідати її архітектурному типу. Окремі готелі можуть розташовуватись у пам'ятках архітектури, або входять в архітектурно-туристський комплекс міста. Розташування готелю у міській або приміській відпочинковій зоні зумовлює поєднання архітектури будівлі з особливостями навколишнього природного ландшафту, сприяє поєднанню ділових стосунків і відпочинку. У місцях з обмеженим простором забудови використовуються технології будівництва, коли перші поверхи мають зменшені розміри, а з висотою протяжність та площа житлових поверхів збільшується. Зімкнута міська забудова зумовила розвиток компактних багатопверхових (циліндричних, конічних форм) готельних будівель централізованого планування.

Різні цілі туристських подорожей зумовили появу багатофункціональних готелів, що поєднуються з установами іншого цільового призначення: адміністративними і торговими закладами, навчальними і конгрес-центрами, концертними і виставковими залами та ін.

Готелі розташовані у туристсько-оздоровчих районах серед природних ландшафтів характеризуються безпосереднім зв'язком архітектурно-планувальних форм з оточуючим рельєфом. Характер природного ландшафту зумовлює вибір архітектурних форм, серед яких розрізняють: архітектурні форми, що вписуються у

ландшафт, протиставлення архітектури туристського готелю ландшафту або рельєфу. Згідно цього підходу використовуються два варіанти домінування: в першому акцентом виступає ландшафт — готель «Голуба затока» в Криму, в другому акцентом є готель, наприклад, готель «Скельний» в Криму, що чітко виражений своїми розмірами у рельєфі природного ландшафту; підпорядкування архітектури ландшафту — в даному підході природні форми ландшафту й архітектурні форми гармонійно зливаються.

Готелі в межах туристсько-оздоровчих центрів разом з іншими туристськими закладами найчастіше об'єднуються у туристські комплекси. Згідно з спеціалізацією розрізняють такі типи туристських комплексів: *молодіжний туристський комплекс* — включає туристський готель, туристську базу, туристську станцію, туристський табір; *туристсько-спортивний комплекс* — туристський готель, туристську базу, спортивно-оздоровчий табір; *гірсько-спортивний туристський комплекс* — туристський готель, туристську базу, гірськолижну станцію; *водноспортивний туристський комплекс* — туристський готель, водну базу (акватель, флотель), водну станцію (ботель).

## Тема 7. Організаційні засади проектування готелів

Індустрія розміщення туристів – невід’ємна частина туристської індустрії. Важливе місце у індустрії туризму займає готельний комплекс, широкий і різноманітніший характер якого втягує й елементи, пов’язані з нею секторів індустрії, наприклад харчування, відпочинку і розваги тощо. Готель є складовою частиною індустрії гостинності.

Саме поняття "готель" походить від латинського еквівалента цьому слову "*hostel*", а також англосаксонського "*hospitality*", що означає гостинність (від давньофранцузького «*hosnie*», що означає мандрівно-приймальний будинок). Пізніше ця назва модернізувалося вже в більш звичне нам, що має французьке коріння - "*hotel*".

*Готель* у французькій архітектурі – міський особняк. Зазвичай розміщений на відносно невеликій ділянці, відсунений вглиб території і відгороджений від вулиці і сусідніх ділянок високими кам’яними огорожами, що утворюють замкнений внутрішній двір з парадним в’їздом з вулиці. Сад розміщений, зазвичай, за головним корпусом і зв’язаний з вхідними приміщеннями. У XVI-XVII ст. готель – аристократичний житловий будинок з парадними і службовими дворами. У XVIII ст. готелями стали називати різноманітні будівлі – від міського палацу до невеликого будинку для однієї сім’ї.

За визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), готелями називають колективні засоби розміщення, що складаються з певної кількості номерів, що мають єдине керівництво і надають певні послуги. Вони згруповані в класи та категорії у відповідності з видами послуг, що надаються, з устаткуванням, що є в них.

Існує ряд критеріїв класифікації, за якими визначається та чи інша категорія готелю: місткість номерного фонду; рівень комфорту; місцерозташування; тривалість роботи і перебування; рівню цін; забезпеченості харчування та ін.

За **розміром (місткістю)** готелі поділяються на: малі (до 100-150 номерів); середні (від 100 до 300-400 номерів); великі (від 300- до 600-100 номерів); гігантські, в яких понад 1000 номерів.

#### *КЛАСИФІКАЦІЯ WTO.*

За **місцем розташування:** міські, приміські, сільські, придорожні, в аеропортах, плавучі готелі тощо.

За **призначенням:** готелі для постійного проживання, транзитні готелі, готелі для ділового призначення.

За **часом функціонування:** сезонні, цілорічні.

За **рівнем асортименту і вартістю послуг:** дешеві готелі або готелі з обмеженим сервісом, готелі “люкс”, готелі вищого класу, готелі середнього рівня, апарт-готелі, готелі економічного класу, мотелі, курортні готелі.

Клас готелю або пансіонату визначається, зазвичай, за стандартною, прийнятою в даній країні (або регіоні, економічній зоні) системою класифікації і підтверджується сертифікатом, який видається спеціальним органом, сертифікаційною або іншою палатою.

В теперішній час існує близько 30-ти різноманітних систем класифікації готелів: система зірок, система балів, система букв (А, В, D, С), система “корон” або “ключів”. Найпоширенішою серед них є п’ятизіркова система класифікації готелів, що базується на французькій національній класифікації.

Вимоги до “зіркової” класифікації неоднакові в різних країнах. Бальна, або індійська, система класифікації готелів передбачає поділ готелів на 5 категорій: 1 зірка - 100 балів, 2 зірки – 150 балів тощо. У Великобританії в системі використовується класифікація готелів на “корони”, “ключі”, “сонця”, “алмази” та ін. Система букв (А, В, D, С) використовується у Греції. Класифікація готелів визначає місце того чи іншого готелю на ринку готельних послуг, полегшує клієнтам і фахівцям-професіоналам можливість отримати уявлення про гарантований набір послуг, які можуть бути надані готелем певного класу. Готелі класифікуються на підставі їх атестації, яка, у свою чергу, може проводитися як на національному, так і на міжнародному рівні.

### **Тема 8. Розміщення готелю на земельній ділянці**

Готельні комплекси є складними, часто унікальними спорудами, тому їх розміщення в планувальній структурі міста є відповідальним процесом.

Функціональне призначення готелів істотно впливає на їхнє розташування в планувальній структурі міста. Містобудівний аналіз розміщення готелів у планувальній структурі великих та найбільших міст дозволяє виділити кілька характерних прийомів їх розташування: у центрі міста; на територіях, що прилягають до центра; у центрі житлових районів і мікрорайонів; на межі міста; за межами міста.

Готельні комплекси являють собою складні, найчастіше унікальні споруди. Їхнє розміщення в планувальній структурі міста є складним і відповідальним процесом. Вибір ділянки для розташування готельного комплексу визначається багатьма факторами.

Ділянка, що обирається для будівництва готельного комплексу, насамперед повинна мати достатню площу території з урахуванням специфіки експлуатації готельного комплексу і його місткості. Бажано, щоб ділянка мала прямокутну форму і не більш ніж із двох сторін була обмежена магістральними вулицями. Недоцільне розташування готельних комплексів на ділянках з гострими кутами, що ускладнить процес проектування і будівництва готелю.

Площа ділянки визначається завданням на проектування або проектом з урахуванням умов розміщення, характеру міського середовища, функціонального складу і категорії готелів. При проектуванні готелів і готельних комплексів (крім мотелів) їх ділянки рекомендується розміщувати в пішохідній досяжності від станцій метрополітену (в радіусі 700 м) або зупинок громадського транспорту (в радіусі 300-500 м).

Крім того, для служби постачання численних різноманітних груп приміщень готелю (ресторани, торгівля) має бути створений цілий ряд спеціальних допоміжних і складських зон, що вимагають індивідуального під'їзду вантажного транспорту та організації незалежного їхнього завантаження, розвантаження, зберігання товарів.

До ділянок для розташування готелів слід пред'являти й архітектурно-ландшафтні критерії: наявність озеленення, водних поверхонь, рельєфу.

Бажано, щоб поруч з готелем розташовувався парк, сад або сквер.

У складі ділянки повинні бути передбачені: облаштовані майданчики перед входами в приміщення громадського і житлового призначення (з розрахунку не менше 0,25 м<sup>2</sup> на одного проживаючого); майданчики для стоянки автомобілів; майданчики для тимчасового паркування автомобілів та автобусів; внутрішні наскрізні проїзди, під'їзди до головного та інших входів до готелю, в'їзди в підземні гаражі або стоянки (шириною 7,0 м при двосторонньому русі); господарська зона, ізольована від зони гостей, з проїздом для вантажного транспорту шириною не менше 4,5 м і з поворотною майданчиком розміром не менше 12,0 x 12,0 м, з під'їздами автотранспорту до розвантажувальних майданчиків і дебаркадерам.

Розташування готелів на території міста визначається в складі або на підставі Генерального плану розвитку міста, містобудівних планів розвитку територій адміністративних районів, проектів планування територій міста.

При проектуванні планування і забудови готелів слід дотримуватися: інтенсивність використання території, диференційовану для центрального ядра міста, міських вузлів, прилеглої до магістральної і міжмагістральних територій; кількісне співвідношення територій або фонду різного функціонального призначення, відповідне функціонально - планувального утворення; вимоги охорони пам'яток історії та культури, збереження історичного планування і забудови; вимоги охорони навколишнього середовища і територій природного комплексу (ПК); санітарно - гігієнічні норми і вимоги пожежної безпеки.

Готельно-ресторанний комплекс включає кілька функціональних зон:

- Зона проживання та культурно-побутового обслуговування;
- Адміністративно-господарська зона;
- Зона громадського харчування (торгова зона);
- Зона технічного обслуговування.

Зона проживання та культурно-побутового обслуговування включає різні типи установ готельно-ресторанних комплексів, спортивні майданчики, плавальний басейн, стоянки для автомобілів, зелені насадження громадського користування. Зона громадського харчування відноситься до зони ресторану або кафе та складається з літнього майданчику, іноді з окремими під'їзними шляхами та автостоянкою.

Зона технічного обслуговування включає господарський двір (майданчик).

Планувальне рішення ділянки залежить від технологічної послідовності розміщення функціональних зон щодо автодороги (магістралі), рельєфу місцевості, положення в системі міста тощо. Адміністративно-господарську зону і зону технічного обслуговування розміщують безпосередньо біля дороги; потім – зону громадського харчування, а в глибині ділянки - зону проживання та курортно-масового обслуговування.

На архітектурно-планувальну композицію готелів впливають умови їх розташування в міській забудові, в замських зонах відпочинку і туризму, спеціалізованих спортивно-оздоровчих районах. Особливе значення надається містобудівній розміщенню готелю. При проектуванні готелю у місті (у центрі або на околиці, поблизу пам'яток, транспортних вузлів, у природному або парковій зоні) її розташування слід узгодити з архітектурним ансамблем вулиці, площі, міських будівель.

Готель може бути архітектурним акцентом у забудові мікрорайону або транспортної магістралі. Іноді такі готелі розміщуються в будівлях-пам'ятках архітектури або входять до історичного комплексу міста.

Розрізняють три композиційних прийоми: централізований; блочний; павільйонний.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Байлик С. И. Проектирование и эксплуатация гостиниц / С. И. Байлик. К.: Альтерпресс, 2002. – 374 с.
2. Проектування готелів : навч. посіб. [для вищ. навч. закл.] / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, С. Л. Шаповал [та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі. – К. :Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012. – 340 с.
3. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посіб. [для вищ. навч. закл.] / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, С. Л. Шаповал [та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2012. – 340 с.
4. Технологічне проектування підприємств харчування: навч. посіб. / О. І. Черевко, Л. М. Крайнюк [та ін.]. – Харків: ДОДХДУХТ, 2005. – 295 с.
5. Шильман Л. З. Дипломное проектирование предприятий питания / Л. З. Шильман. – Саратов: Гос. агр. ун-т им. Вавилова, 2001. – 368 с.



6. Банько В. Г. Будівлі, споруди, обладнання туристичних комплексів та експлуатація: навч. посіб. / В. Г. Банько. – К.: Центр інформаційних технологій. – 2006. – 292 с.

7. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Цетнр учбової літератури, 2010. – 472 с.

8. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підручник / Н.О. П'ятницька. – К.: Київ, нац. торг. екон. ун-т, 2005. – 632 с.

9. Усов В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / В. В. Усов. – М.: Профобриздат, 2003. – 207с.

10. Наказ Міністерства економіки від 03.01.2003 за № 2 «Рекомендовані нормами технічного оснащення закладів громадянського харчування».

11. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів.

12. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.

13. ДСТУ 30523-97. Послуги громадського харчування.

14. ДСТУ 3279-95. Стандартизація послуг. Основні положення.

15. ДБН В 2.2-20:2008. Готелі. Будинки і споруди.

16. ДБН В.22.-25:2009. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства).

17. Періодичні видання: «Бізнес», «Готельно-ресторанний бізнес», «Питание и общество», «Ресторатор», «Ресторанная жизнь», «Отель», «Гостинница и ресторан: бизнес и управление», «Гурмань».