

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні кафедри ГРБ

“ ___ ” _____ 20__ р. протокол № ___

Зав. каф.

Голод А. П.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

з дисципліни “Проектування об’єктів готельно-ресторанного
господарства”

для студентів I курсу

спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

ВСТУП

Вивчення дисципліни “Проектування об’єктів готельно-ресторанного господарства” спрямовано на підготовку професійних кадрів, які б досконало знали теоретичні основи, основні дизайнерські принципи та сучасні вимоги проектування підприємств готельно-ресторанного комплексу були ознайомлені з новітніми практичними підходами до проектування закладів сфери обслуговування відповідно до їх соціально-культурних, утилітарних та естетичних функцій.

Навчальний процес передбачає такі форми навчання: лекції, самостійну роботу студента, практичні заняття, консультації, залік та екзамен. Крім того, студенти можуть проводити наукові дослідження з тематики кафедри, брати участь у внутрішньо-інститутських та всеукраїнських турах олімпіад, конкурсах на кращі навчальні роботи тощо.

Лекції. На лекціях студенти засвоюють теоретичні основи курсу, нову термінологію і методи розв’язання типових задач. Обов’язковим є ведення конспекту лекцій. Періодично проводиться потоковий тестовий контроль.

Практичні заняття. На цих заняттях студенти під керівництвом викладача розв’язують типові задачі із заданої теми, а далі самостійно починають виконувати індивідуальну практичну графічну роботу (ППР), яку після перевірки викладачем уточнюють і виправляють з урахуванням зауважень. Періодично з пройдених тем проводяться контрольні роботи.

Самостійна робота. Після занять за розкладом студенти опрацьовують теоретичний матеріал за допомогою конспекту лекцій, підручників і посібників. Необхідна умова для підготовки до наступного практичного заняття – вивчення відповідного матеріалу. Крім розв’язання типових задач на заняттях, студент повинен самостійно регулярно розв’язувати додаткові задачі з основних тем програми.

Залік (екзамен) приймає лектор у кінці семестру. До заліку (екзамену) допускаються студенти, які захистили усі ППР та мають конспект лекцій і робочий зошит, підписаний викладачем, що проводить в групі практичні заняття.

Практичне заняття № 1 Історія виникнення і розвитку готельно-ресторанного напрямку діяльності

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

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

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

Отже, ретроспективний аналіз розвитку готельного господарства дозволяє виділити кілька періодів цього процесу: Стародавній (ІУ тис. до н.е. - середина V ст. н.е.); Середньовіччя (У-ХУ ст. н.е.); Новий час (ХУІ ст. - початок ХХ ст.); Сучасний.

До **I періоду** суспільного розвитку відносять згадки про

перші підприємства індустрії гостинності – таверни, їх можна знайти в манускриптах епохи античності. В ті далекі часи Єгипет вважався не тільки місцем зосередження пам'яток культури (про що свідчать написи на пірамідах, залишені екскурсантами і туристами античності), але й лікувальним курортом. Це призводило до спорудження наметових містечок, павільйонів, різноманітних будівель і споруд для мандрівників, а також організації їхнього харчування та побутового обслуговування.

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

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

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

Розвиток торгівлі та пов'язані з нею тривалі подорожі потребували організації не тільки харчування, а й ночівлі. Ця обставина зумовила появу підприємств іншого типу - *заїжджих дворів*. Найдавніший заїжджий двір, що згадується в писемних джерелах, знаходився на острові Крит (датується 1500 р. до н.е.).

Готелі, як місця відпочинку посланців уряду, з'явилися значно пізніше. Так, у давньогрецькому місті Епідаврї (культурному центрі Бога зцілення) був готель на 160 кімнат із прилеглими галереями зі скульптурами, стадіоном і театром на 17 тис. місць.

У Римській імперії з розвитком транспортних шляхів повсюдно виникали приватні постоялі двори та заїзди. Ці дороги призначалися насамперед для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, окремих верств інтелігенції. Невідомною складовою цих доріг була мережа *"поштових станцій"*, де мандрівники могли змінювати коней або мулів, одержувати їжу та нічліг. Через низький рівень обслуговування і комфорту в притулках для подорожуючих зупинялися тільки тоді, коли не було можливості зупинитися в родичів чи знайомих. У тогочасних закладах розміщення протікали дахи, та й проживання було небезпечним.

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

З появою регулярного державного поштового сполучення (у часи імператора Октавіана Августа - початок нашої ери) з'явилися і державні постоялі двори. Держава створювала їх у містах і на головних дорогах, якими проїжджали кур' ери і державні службовці від Риму до Малої Азії або до Галлії, розташовані один від одного на відстані одного дня їзди конем.

Із завоюванням нових територій і розширенням меж Римської імперії її звичаї, господарська та організаційна структури поширювалися на нові провінції і підкорені країни.

Суворі класова структура, що лежала в основі Римської держави, вплинула на діяльність підприємств гостинності того часу. Вже тоді мала місце певна *класифікація готелів*. Існувало два типи "пристановищ" у провінціях і в самому Римі: одні з них призначались тільки для патриціїв (мансіонес), інші - для плебеїв (стабулярії). Римський готель мав вигляд комплексу, що складався з приміщень різного функціонального призначення: не тільки кімнати для розміщення мандрівників, але й складські приміщення, конюшні, майстерні тощо. Будувалися вони здебільшого з каменю і надавали необхідний перелік послуг. Узимку навіть обігрівалися. Деякі готелі обслуговували лише офіційних осіб за спеціальними документами, що видавалися державою. Ця традиція збереглася й дотепер у формі спеціальних приміщень для особливо важливих персон.

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

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

Величезну роль у появі закладів гостинності відіграв розвиток торговельних зв'язків на Близькому Сході, в Азії та Закавказзі. У стародавній Персії мандрували на верблюдах

великими караванами. Ночували здебільшого в шатрах, які розбивали поряд із караванним шляхом. Для припинення нападів на купців і гарантування безпечного проїзду на дорогах Сирії, Палестини, Єгипту, Вавилону були створені *караван-сараї* - такі собі "готельні комплекси", що мали і загони для верблюдів, і приміщення для ночівлі людей, оточені фортечною стіною, яка захищала і від природних стихій, і від розбійників, що грабували каравани. Причому послуги проживання і харчування надавалися впродовж трьох днів за рахунок казни, а по закінченні цього терміну гість змушений був або платити за надані послуги, або рухатися далі.

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

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

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

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

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

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

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

німецьких князівствах (Вормс, Кьольн, Майнц, Шлейр) та ін.

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

Так з'явилися прототипи сучасних готелів. Приблизно тоді ж була здійснена перша офіційна спроба їхньої класифікації. Наприклад, у Берліні, де тоді проживало близько 130 тис. мешканців, було 9 заїжджих дворів I класу, з них два вже називалися готелями; 10 заїжджих дворів II класу та 13 заїжджих дворів III класу.

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

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

Задовго до того, як з'явилася національна поштова система, при окремих готелях були конюшні і коні для користування королівською поштою, що також сприяло розвитку готелів. У середині 1600-х років деякі заклади

гостинності почали випускати неофіційні грошові знаки, які поважні власники готелів гарантували викупити за гроші королівства, що свідчило про особливе ставлення до даних підприємств та їхніх господарів.

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

Перші гостинні двори на Русі були засновані в XII ст. у Великому Новгороді. Розміщення іноземних купців проводилося за національною ознакою. У XII-XV ст. у Новгороді існували "готський", "німецький", "датський" гостинні двори, в Москві - "аглицький", "грецький", "німецький", "перський", "вірменський" та ін.

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

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

III період розвитку готельного господарства припадає на **Новий час** (XVI ст. - початок XX ст.), оскільки характеризує

етап становлення раннього капіталізму. Саме тоді відбувався інтенсивний розвиток готельної справи. Концентрація виробництва в містах, пошуки вигідних ринків збуту продукції, встановлення міжнародних зв'язків сприяли міграції значної частини населення. Завдяки цьому різко зросла кількість готелів у багатьох країнах світу.

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

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

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

Найкращим зразком староанглійського готелю був поштовий готель, який процвітав у ХУІІІ і на початку ХІХ ст. Ера поштових карет у Великобританії набула значного розмаху в 1784 р., коли Парламент уповноважив карети перевозити урядову пошту. Була встановлена національна поштова система

і більшість готелів використовувалися як поштові. Згодом з'явилися й поштові карети. Дорогою карети кілька разів зупинялися в тавернах чи заїжджих дворах, що дістали назву поштових станцій чи т.зв. каретних готелів, які були покликані задовольняти потреби королівської пошти. Господарі готелів влаштовували стайні для коней, а англійський закон проголосив готель громадським будинком, власник якого відповідав за умови проживання мандрівників. Сільські готелі залежали від звичок своїх гостей і значна частка їхнього бізнесу полягала в наданні коней для карет.

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

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

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

правило, в такому палаці перебували гості та їхня прислуга. Це були готелі-люкси з ресторанами і найвищим рівнем обслуговування.

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

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

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

Особлива роль у розвитку закладів гостинності належить США. На думку істориків, перший заїжджий двір тут з'явився значно пізніше, ніж у Європі, - тільки в 1607 році. Одна із перших таверн була відкрита в Бостоні в 1634 р. А в 1642 р. у Нью-Йорку (на той час - Новий Амстердам) голландцями була відкрита перша таверна. Відтоді таверни стали центрами громадського життя, місцем зустрічей для солдатів і бізнесменів. Вони процвітали не тільки в містах, але й уздовж великих трас, особливо на перехрестях.

Першим *американським готелем*, розміщеним у спеціально збудованій для нього будівлі, був відкритий 1794 року в Нью-Йорку 73-кімнатний "*City Hotel*". До того часу під

готелі пристосовували здебільшого житлові будинки. Це стало поштовхом для будівництва таких закладів у Бостоні (*Exchange Coffee House*), Балтиморі ("City Hotel"), Філадельфії ("Mansion"). Першим багатопверховим готелем (хмарочосом) став нью-йоркський готель "*Adelphi*", що мав аж 6 поверхів.

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

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

Упродовж всього XIX ст. у США відбувався готельний бум. Власники готелів прагнули перевершити один одного розмірами, висотою та пишнотою нових готельних будівель. У 1875 р. у Сан-Франциско був відкритий найдорожчий і найрозкішніший готель того часу "*Palas Hotel*", який пропонував 800 номерів. Його будівництво коштувало 5 млн. доларів за тогочасними цінами.

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

пропонували послуги за низькими цінами.

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

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

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

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

Після Другої світової війни готельне господарство

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

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

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

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

Багато готелів старого типу були змушені назавжди зачинитися. Боротьба набувала подекуди драматичного

характеру і завершилася тільки в 60-х роках визнанням нової готельної концепції і прийняттям власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, яка згодом була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів.

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

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

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

Практичне заняття № 2 Основні фонди готельно-ресторанних підприємств, поняття проектування

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

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

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

Основні фонди (ОФ) готелів - та частина засобів праці, що багаторазово бере участь у виробничо-експлуатаційному процесі, повністю чи частково зберігає свою натуральну форму, переносить свою вартість на послуги частинами у міру спрацювання й відшкодовує її в процесі реалізації послуг.

Відповідно до діючого обліку, до основних фондів відносяться засоби праці, термін служби яких сягає понад 1 рік і які коштують понад 100 мінімальних розмірів оплати праці.

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

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

Залежно від функціонального призначення та натурально-речових ознак основні фонди поділяються на **види**: будівлі; споруди; передавальні пристрої; машини та обладнання; автотранспортні засоби; житло; інструменти; меблі, виробничий і господарський інвентар вартістю одиниці понад 15 мінімальних заробітних плат і з терміном служби понад рік.

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

До **споруд** у готельних підприємствах та в їхніх допоміжних господарствах відносять: водопідйомні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води; резервуари для мазуту, бензину та інших мастил; басейни, включаючи їх фундамент, підігрівальний пристрій та арматуру; берегозміцнювальні споруди, підпірні стіни, фонтани,

каналізаційні споруди та інші комунальні споруди; спортивні майданчики, тенісні корти, веслувальні, човнові станції, атракціони; стежки паркові, пам'ятки, скульптури, огорожі тощо; дороги з усіма допоміжними пристроями та знаками.

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

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

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

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

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

Залежно від конкретної ролі в процесі надання послуг, основні фонди готелю поділяються на пасивні й активні. Пасивну частину основних фондів складають деякі види споруд, готельні корпуси, передавальні пристрої, засоби комунікації, до активної відносять житлові номери з меблями та іншими предметами господарського та культурного призначення, машини, обладнання. інструмент. Переважна частина основних фондів припадає на будівлі та споруди, тобто пасивні, що стримує підвищення культури та якості обслуговування туристів.

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

За формами власності основні фонди поділяються на державні та приватні.

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

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

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

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

капітального ремонту, реконструкції, модернізації та переобладнання готелів.

Практичне заняття № 3 Загальні принципи проектування

Мета проектування підприємства – розробка комплексної технічної документації, на підставі якої здійснюється будівництво або реконструкція підприємства на відведеній земельній ділянці. Завдання проектування зводяться до створення проекту будівлі, яка відповідає за своєю технологічною структурою архітектурно-планувальному, конструкторському, інженерному рішенням у відповідності з основними технічними напрямками в проектуванні будинків. Історія проектування пов'язана з історією розробки технічних засобів, яку можна розділити на 3 періоди: ремісничого і мануфактурного виробництва, машинно-фабричного виробництва і період, специфіка якого зумовлена впливом НТР.

У кожному з періодів науково-технічний зміст і методи створення конструкції технічних засобів визначалися рівнем розвитку продуктивних сил і матеріального виробництва. У 60-ті роки ХХ століття був зроблений крок у напрямку впорядкування основ проектування. Зароджувалася наука про проектування – методологія проектування, що складається з постановки задач, дослідження, і застосування накопичувальних знань, які належать до процесу проектування. Завдання цієї науки зводиться до виявлення тих аспектів мислення і інформації, які є суттєвими в проектуванні. Сьогодні проектування розглядається як процес, який розвивається у часі. Воно за своєю суттю є інформаційною підготовкою перебудови дійсності. Ця зміна має бути об'єктивним, запланованим, ефективним, допустимим і естетично позитивним, тобто доцільним.

На сьогодні немає чіткої класифікації видів проектувальної діяльності. Умовно її можна уявити, поклавши за основу професійну спрямованість і характер об'єктів проектування в різних сферах людської діяльності. Результатом проектування є

проект. Проектом в інженерному проектуванні називається комплексний технічний документ, який складається з текстової (пояснювальна записка, розрахунки, обґрунтування) і графічної (креслення і схеми) інформації, замовлених специфікацій на матеріали, виробу та обладнання, а також кошторисних документів, відповідно з яким будують і експлуатують об'єкт, що проектується.

Проектування – це творче мислення в інженерній діяльності, тому для виконання проекту підприємства необхідні різносторонні знання фахівців різного профілю. В основі методології проектування підприємств готельно-ресторанного господарства лежать типізація, спеціалізація та уніфікація. Типізація зумовила розробку певних вимог до проектування кожного типу підприємств готельно-ресторанного господарства. У проектуванні підприємств готельно-ресторанного господарства виділяють два види типізації – функціонально-технологічну та архітектурно-будівельну. Функціонально-технологічна типізація – це зведення в єдину групу підприємств за певними ознаками, що зумовлює їх характерні риси. Архітектурно-будівельна типізація – це відбір якісних та економічно вигідних типів будівлі, їх планувальних, конструктивних елементів, деталей і окремих параметрів, і обґрунтоване зведення їх різноманіття до невеликого числа.

За спеціалізацією підприємства готельно-ресторанного господарства підрозділяються на підприємства загального типу, спеціалізовані та комплексні.

Спеціалізація може бути функціональною і технологічною. Основною законодавчою і нормативною базами під час проектування закладів готельно-ресторанного господарства є ДБН, ДСТУ, СНіП, СанПіН.

Практичне заняття № 4 Планувальна структура дільниці готельно-ресторанного підприємства

Вибір місця будівництва закладу готельно-ресторанного господарства залежить від того, на що орієнтована концепція: на *зручність* чи на *цільове відвідування*.

Підприємства першої групи розраховані, головним чином, на часті та незаплановані візити гостей, що виявляються неподалік від них. Людина навряд чи стане спеціально здійснювати довгу поїздку, щоб пообідати в такому закладі.

Підприємства, орієнтовані на цільове відвідування, приваблюють відвідувачів унікальною концепцією. Люди зазвичай заздалегідь планують візит і можуть проїхати десятко-другий кілометрів залежно від привабливості та доступності конкретної концепції. Досить імовірно, що заклад цільового відвідування буде обраний і тоді, коли буде потрібно відзначити будь-яку подію або захочеться покуштувати улюблену страву. В ідеалі потрібно намагатися залучити гостей і того, й іншого типу: частина випадкових відвідувачів і частина тих, хто планує відвідування закладу заздалегідь.

Ось важливі рекомендації з вибору місця для будівництва підприємства (особливо харчування):

Зональні обмеження. Постанови і розпорядження, що діють в конкретній зоні, повинні дозволяти виконання операцій, необхідних для ведення ресторанної справи. Крім того, повинно бути дозволено паркування безпосередньо на території закладу або біля нього. Аналогічно, якщо є обмеження на продаж алкоголю, потрібно шукати інше місце. За винятком тих випадків, коли концепція підприємства абсолютно не вимагає продажу пива, вина або інших алкогольних напоїв. Бо відмова від продажу спиртного безумовно обмежить прибуток закладу.

Достатня територія. Ділянка під забудову повинна мати площу, необхідну для визначеної кількості місць. При цьому повинні бути витримані всі основні вимоги до благоустрою території.

Напевно, не існує майданчиків, форма яких ідеально відповідала б підприємству харчування, проте деякі конфігурації виявляються краще інших і дозволяють організувати максимальну кількість місць на одиницю площі.

Довгострокова оренда. Якщо земельна ділянка не є власністю, то термін її оренди повинен бути не менше п'яти років з можливістю продовження ще на п'ять років. Як правило, короткострокові угоди про оренду не дозволяють підприємству харчування реалізувати свій потенціал.

Будівельні вимоги. Майданчик не повинен затоплюватися навесні при повені. Ґрунтові води не повинні заважати будівництву підвальних приміщень. Особливо це стосується ділянок, що знаходяться в низині, оскільки виникне проблема з відведенням стічних вод від будівлі. Також слід переконаватися, що будівля знаходиться не в затоплюваній заплаві найближчої річки або струмка.

Комунальні послуги і енергопостачання. В зв'язку з тим, що до інженерних комунікацій закладів ресторанного господарства пред'являють численні та складні вимоги, необхідно дослідити можливість підключення підприємства до існуючих інженерних мереж поблизу майданчика забудови. А якщо планується відкриття вбудованого закладу, то досліджується можливість створення або переобладнання чи модернізації існуючих інженерних систем.

Швидкість руху автотранспорту. Наявність дороги безпосередньо перед передбачуваним місцем знаходження проектного закладу є важливим чинником його майбутнього успіху. Швидкість руху машин, при якій водіям буде найкраще помітна вивіска підприємства, становить близько 55 км/год і менше. При цьому водій, зазвичай, встигає звернути на парковку закладу, не створюючи перешкод руху.

Наявність робочої сили. Розташування закладу неподалік від місця проживання потенційних найманих працівників майже так само важливо, як і доступність для відвідувачів.

Колишній власник. Якщо дане місце вже було зайняте під заклад ресторанного господарства в минулому, то потрібно

дізнатися, чому він закрився. По можливості необхідно з'ясувати у колишніх орендарів та сусідів про переваги і недоліки цього місця. Помилка — вважати, що, змінивши вивіску, можна досягнути успіху там, де інші зазнали невдачі.

Звичайно, жоден фактор сам по собі не може визначити успіх чи невдачу в бізнесі. Але їх поєднання здатне серйозно вплинути на ситуацію.

Видимість. Якщо заклад важко знайти тому, що його просто не видно, то підприємство майже завжди приречене. Винятки бувають, але вони - рідкість. Бажано, щоб будівлю було помітно з обох боків вулиці, з відстані не менше 120 м.

Генератори трафіку. Місця природного скупчення людей можуть як допомогти, так і перешкодити ресторанному бізнесу. У деяких випадках, коли час проведення масового заходу припадає на години прийому їжі, а заклад виявляється єдиним в даній місцевості, публіка просто позбавлена вибору. В інших ситуаціях велелюдне місце може являти собою проблему, наприклад, якщо воно має репутацію недоступного («там ніколи не знайдеш місце для паркування»). Позитивною стороною такого сусідства є можливість створення власної теми або концепції, спрямованої на обслуговування певної цільової аудиторії.

Проте на цьому шляху є свої перешкоди. Наприклад, земельна ділянка для будівництва підприємства харчування поблизу багатоповерхового офісного центру, в якому налічується близько 2500 службовців, є заманливою. Однак може так статися, що в цьому офісному центрі на нижньому поверсі є власний кафетерій, корпоративна їдальня та закусочна, і тоді це місце втрачає свою привабливість.

Кластер ресторанів. У більшості міст є вулиці, на яких знаходиться безліч торгових точок і підприємств харчування. Такі зони зазвичай називають *ресторанними кластерами*. Це місця постійного великого скупчення людей, і для деяких з них майбутній заклад ресторанного господарства може стати метою регулярного відвідування.

Однак при всіх перевагах для кластерів характерний життєвий цикл. Необхідно постаратися не потрапити на період їх економічного спаду і зниження популярності. Крім того, не потрібно намагатися повторити будь-яку іншу концепцію з числа вже здійснених в даному кластері. Також варто пам'ятати, що мережеві підприємства харчування в кластерах виявляються ефективнішими ніж розкішні «білоскатертині» закладів.

Гості — постійні та рідкісні. Необхідно прагнути, щоб половина гостей проектуемого підприємства потрапила в категорію «постійні», тобто відвідувала б заклад не рідше 3-5 разів на місяць. Ці люди повинні проживати або працювати поблизу. Вивчення діяльності конкурентів дозволить з'ясувати смаки та уподобання відвідувачів закладів ресторанного господарства у цьому конкретному місці.

У той же час не можна не надавати значення рідкісним гостям. Маючи у розпорядженні потужну базу подібних відвідувачів, таких як туристи, учасники будь-яких конференцій, відряджені, легше вберегти підприємство від несприятливого впливу нового конкурента. Будь-яка постійна клієнтура може раптово зникнути, щонайменше тимчасово: раптом заманеться відвідати новий заклад, щоб спробувати, як там годують. Рідкісні гості не схильні до таких примх.

Отже, вибір місця для будівництва підприємства харчування – одна з найважливіших складових ресторанного бізнесу.

Практичне заняття № 5 Загальні вимоги до проектування закладів ресторанного господарства

Після вибору концепції та місця для будівництва закладу ресторанного господарства необхідно зрозуміти чи спрацює концепція в обраному місці та чи буде підприємство прибутковим.

Для цього слід виконати техніко-економічне обґрунтування.

Існують два основні типи техніко-економічних обґрунтувань (потрібно виконати обидва). *Кон'юнктурні дослідження ринку*, в результаті яких визначається цільовий споживач, підтверджується конкурентоспроможність і створюється чітке уявлення про торговельну зону поблизу підприємства харчування. *Обґрунтування фінансової здійсненності*, яке визначає доходи та витрати.

Кон'юнктурні дослідження ринку. Напрямок досліджень залежатиме від того, чи є на прикметі будь-яке конкретне місце, або є концепція, для реалізації якої необхідно підібрати потрібний майданчик.

Дослідження, прив'язані до конкретного місця, фокусуються на даних про безпосереднє і найближче оточення. Якщо ж місце потрібно знайти, то в ході досліджень доведеться вивчити дані по всьому місту, оскільки звуження області пошуку може просто не залишити вибору.

Потенційні споживачі. Мета дослідження полягає в тому, щоб чітко визначити, хто саме стане самим частим відвідувачем проектуемого підприємства харчування. Для цього потрібні демографічні дані: вік, стать, дохід, що припадає на одну сім'ю, рівень освіти, кількість дітей, етнічна група, релігійність тощо. Необхідно також виділити категорії людей за рівнем життя і постаратися якомога більше дізнатися про них. Ще слід розглянути життєвий цикл потенційної аудиторії: самотні, одружені, мають дітей чи ні. Дослідження тенденцій життєвого циклу виявиться корисним при остаточному доведенні концепції, яка не втратить своєї привабливості навіть у тому випадку, якщо головна група споживачів почне скорочуватися.

Крім цифрових відомостей велике значення мають особисті звички майбутніх гостей, особливо пов'язані з їжею і витратою грошей, а також структура сім'ї (сімейні пари з дітьми, самотні батьки тощо). Інформацію подібного роду називають психографічною, і її набагато важче знайти, ніж демографічну. Ресторатор знайде безліч застосувань демографічним і психографічним відомостями. Наприклад, їх можна використовувати, щоб визначити, чи є проект

довгостроковим, і відповідно до цього вибрати цінову політику, характер обслуговування, атмосферу, яка буде приємна цільовій аудиторії, тощо.

Торгова зона і місце розташування. У цій частині досліджень повинні знайти відображення докладні відомості про конкретне місце: помітність з вулиці; доступність для публіки; наявність під'їзних шляхів та місць для паркування (міські постанови й обмеження щодо паркування); близькість до зупинок наземного громадського транспорту і метро; близькість до музею, парку, готелю, спортивним спорудам, навчальним закладам - про все, що буде служити постійним джерелом великої кількості відвідувачів.

Дослідження виконуються в радіусі приблизно 8 км, від передбачуваного місця будівництва. Для закладів швидкого обслуговування радіус може бути трохи меншим, а для підприємств з обслуговуванням офіціантами - дещо більшим.

Конкуренція. Потрібно в найдрібніших подробицях знати, які підприємства харчування знаходяться в радіусі 8 км від місця забудови. Особливо необхідно звернути увагу на будь-який заклад ресторанного господарства, концепція якого хоча б віддалено нагадує концепцію майбутнього підприємства. Адже це будуть прямі конкуренти!

Велику цінність мають відомості: місткість; кулінарне спрямування; цінова політика; години роботи; стиль обслуговування; фірмовий одяг; розміри столів; оздоблення.

Все це необхідно, для того щоб визначити чи вистроїть концепція проектуємого закладу під натиском конкурентів.

Організація внутрішнього простору закладу ресторанного господарства залежить від типу підприємства, його потужності, характеру виробництва та методів обслуговування.

На підприємствах харчування, які працюють на сировині, виробничий процес складається з наступних стадій: приймання та зберігання сировини; виробництво кулінарних напівфабрикатів і обробка окремих видів сировини; виготовлення кулінарної продукції та оформлення страв; реалізація продукції та обслуговування споживачів.

В зв'язку з цим всі приміщення такого закладу об'єднують до таких функціональних груп:

а) призначених для обслуговування відвідувачів;

- обідня зала з естрадою, аванзалом і тому подібне:

- допоміжні приміщення (вестибюль, гардероб, туалети, артистичні, приміщення додаткового обслуговування тощо);

б) призначених для виготовлення кулінарної продукції:

- основні виробничі приміщення;

- складські приміщення;

- службово-побутові.

Співвідношення площі зони виробництва до зони обслуговування має наближатися до 30:70 (50:50).

На *заготівельних* підприємствах, виробничий процес складається зі стадій: приймання та зберігання сировини; виробництво напівфабрикатів, кулінарних і кондитерських виробів; тимчасове зберігання та відправлення напівфабрикатів, кулінарних і кондитерських виробів на доготовочні підприємства та до магазинів кулінарії.

Усі приміщення в такому випадку об'єднують до функціональних груп: *складські, експедиція, виробничі, службові-побутові.*

Утворення груп функціонально споріднених приміщень дозволяє найбільш доцільно розмістити технологічне обладнання, зекономити виробничі площі, що сприяє підвищенню рентабельності основних фондів.

При проектуванні забудови готелів слід дотримуватися: інтенсивність використання території, диференційовану для центрального ядра міста, міських вузлів, приміагістральних 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 та територій природного комплексу (ПК); санітарно-гігієнічні норми і вимоги пожежної безпеки.

Практичне заняття № 6 Архітектурні та будівельні вимоги до закладів ресторанного господарства

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

Архітектурно-планувальні особливості ГРК виступають в якості важливого економічного чинника їх розвитку. З типом планування і забудови суттєво пов'язані видатки на благоустрій навколишньої території, відрахування за використання земельної ділянки (податок на землю, орендна плата та ін.), догляд і ремонт будівлі та ін.

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

У той же час, архітектурно-планувальна організація ГРК також зазнає впливу ряду факторів, серед яких основні: історичний тип будівлі, місце в міській забудові, характер природного ландшафту, категорія готелю, клас ресторану, економічні, етнічні особливості регіону.

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

Підприємства громадського харчування у готелях – важливий структурний підрозділ у формуванні основного продукту гостинності – надання послуг харчування та ряду додаткових послуг, що визначаються функціональним типом закладу харчування.

У структурі готельних комплексів функціональна організація підприємств громадського харчування вирішується з урахуванням категорії закладу розміщення. В однозіркових готелях, згідно національного стандарту щодо обслуговування у різних категоріях готелів, харчування гостей не обов'язкове, у двох-, трьохзіркових – повинен функціонувати ресторан або кафе, у чотирьох- і п'ятизіркових готелях повинні бути ресторани, банкетні зали, бари, у п'ятизіркових і нічні клуби. У готелях, що входять у відомі готельні ланцюги у структурі підприємства виділяється щонайменше два ресторани – фешенебельним з фірмовими стравами і невеликий ресторан економного класу.

Згідно характеру торгово-виробничої діяльності, головного критерію у класифікації гастрономічних підприємств, всі підприємства харчування поділяються на такі типи: ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня, закусочна та ін.

Ресторан (фр. *restauer* — відновлювати силу, годувати) - підприємство громадського харчування, що пропонує гостям широкий асортимент страв, напоїв, кондитерських виробів, зокрема фірмового та складного приготування. Рівень обслуговування у ресторанах забезпечується висококваліфікованими поварами, офіціантами, метрдотелями і поєднується з організацією відпочинку і розваг для гостей та відвідувачів готелю.

Організація відпочинку і розваг — одна з основних функцій ресторану. Мета рекреаційно-розважальної діяльності полягає у підвищенні емоційного тону, зняття втоми, відновлення і розвиток психофізичних, фізичних й інтелектуальних даних гостей. Від відвідання ресторану гість повинен отримати позитивні емоції і враження.

Вагому роль у ресторані відіграє атмосфера закладу, яку формує з одного боку категорія гостей — їхні манери поведінки, зовнішній вигляд, культура спілкування, з іншого — обслуговуючий персонал, завданням якого є створення,

коригування програми перебування у закладі гостей. Відвідувачі відчують атмосферу закладу відразу після приходу у заклад. Від того, як зустрінуть гостя залежать його наміри залишитись у закладі, яке буде зроблено замовлення, як довго гість буде перебувати у ресторані. Особливо важливо створити комфортну атмосферу для перших відвідувачів, коли у залі ще не зібрані гості. В такому випадку пустий зал насторожує, створює підсвідомий дискомфорт. В окремих закордонних ресторанах з цією метою утримують категорію осіб, які створюють масовість у залі.

Визначальну роль у характері атмосфери гастрономічного закладу відіграє обслуговуючий персонал, який зустрічає гостей. Персонал повинен привітно з усмішкою запрошувати клієнта в зал, переконувати його в оригінальності, високих смакових характеристиках кулінарних виробів, напоїв, комфортній обстановці, приємному відпочинку.

Кафе — підприємство громадського харчування, що надає гостям обмежений асортимент страв і напоїв, кондитерських виробів, молочнокислої продукції у поєднанні з відпочинком і розвагами. У більшості готельних комплексів кафе функціонують як окремі структурні підприємства.

Бар — спеціалізоване підприємство харчування, що пропонує гостям різні напої, десерти, закуски, кондитерські вироби. У готелях бари розташовуються у приміщенні ресторанів, кафе, як окремі підприємства. У барах категорії «люкс», «вищої» та «першої» категорії гостей обслуговують офіціанти, за барною стійкою — бармени; у барах «другої» категорії у залі забезпечується самообслуговування, за барною стійкою гостей обслуговує бармен, за буфетним прилавком — буфетник. Сьогодні спостерігаються тенденції урізноманітнення профілю барів у готелях.

В залежності від розташування барів у готелях їх класифікують на: вестибюльні — розташовані у вестибюлях готелів, вони мають зручне розташування у проведенні

зустрічей, відпочинку гостей і відвідувачів; ресторани — розташовані у залі ресторану, цей тип барів найбільш привабливий в інтер'єрі ресторану; допоміжний — знаходиться на поверхах у готелях. Тут пропонують вино, пиво, прохолоджуючі напої, що використовуються для обслуговування клієнтів у номерах; банкетні — розташовані у банкетній залі, використовуються виключно для обслуговування банкетів і конференцій. В асортименті таких барів є значний запас дорогих вин, пива, тонізуючих напоїв; бари при басейнах — характерні для висококатегорійних готелів. Гостям у таких барах пропонують широкий асортимент прохолоджуючих напоїв, коктейлі, кондитерські вироби, десерт; службові — розташовані у службових приміщеннях готелів і ресторанів і розраховані на експрес-обслуговування персоналу; міні-бари — бари з холодильниками у номерах готелю, призначені для цілодобового забезпечення гостей у номері високої категорії комфорту напоями і десертом. Асортимент міні-барів обмежений, поповнюється щоденно. В окремих готелях значних розмірів для обслуговування міні-барів виділяється окрема категорія персоналу; диско-бари — розташовуються в окремій будівлі біля готелю. У таких барах головним чином відпочиває молодь, забезпечується музичний супровід, часто виступають артисти, співаки. Асортимент продукції представлений легкими закусками, кондитерськими виробами, прохолоджуючими напоями, коктейлями.

Буфет — підприємство з обмеженим асортиментом холодних закусок, напоїв, булочних і кондитерських виробів, солодких страв нескладного приготування. Дозволяється продаж упакованої продукції на виніс, а також реалізація продовольчих товарів. У готелях буфети обладнані електроплитами, холодильниками, охолоджуючими прилавками, кавоваркою та іншим обладнанням.

Їдальня — підприємство харчування, що найчастіше функціонує у структурі курортних готелів. Ці заклади

розраховані для виготовлення, реалізацію і організацію споживання їжі на місці гостями готелю та відвідувачами, дозволяється виніс продукції, а також надаються різні додаткові послуги.

Закусочна — підприємство харчування, що виготовляє різні страви, закуски, нескладного приготування холодні і гарячі напої, борошняні кондитерські вироби.

Згідно категорії гостей, які обслуговуються, підприємства громадського харчування поділяються на такі категорії: загальнодоступні; зорієнтовані на обслуговування певної категорії гостей.

Підприємства ресторанного господарства у структурі готельних комплексів загальнодоступні, проте зобов'язані обслуговувати в першу чергу клієнтів готелю. У спеціалізованих закладах розміщення — пансіонатах, готелях-клубах, готелях з лікуванням та інших забезпечується обслуговування тільки гостей закладу.

Згідно асортименту продукції (спеціалізації) підприємства харчування поділяються на дві категорії: повносервісні; спеціалізовані.

У структурі підприємств харчування згідно торгово-виробничої діяльності повносервісними в більшості випадків виступають ресторани і кафе, що пропонують найбільш широкий асортимент страв, закусок, хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів, різні напої. В меню повносервісних ресторанів і кафе висока частка фірмових страв і страв на замовлення.

Спеціалізовані підприємства харчування можуть мати широкий профіль — спеціалізуватись в окремії національній кухні (французька, італійська, китайська та ін.) або мати вузьку спеціалізацію в одній чи декількох стравах. У приготуванні однієї головної страви спеціалізуються насамперед підприємства швидкого обслуговування.

Практичне заняття № 7 Організаційні засади проектування готелів

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. 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

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.

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 атріумом (подвір'ям), перекритого на рівні 22 поверха скляним перекриттям.

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 компактну 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 поверха, 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 щедранню 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 багатоповерхових (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.

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, гірсь-колицьку станцію; *водноспортивний туристський комплекс* — туристський готель, водну базу (акватель, флотель), водну станцію (ботель).

Практичне заняття № 8 Розміщення готелю на земельній ділянці

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



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

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

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

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

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

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

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

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

Ділянка, що пропонується для розміщення готелю, повинна відповідати вимогам санітарно-епідемі-ологічних правил і гігієнічних нормативів щодо рівнів природних та

штучних радіонуклідів, вмісту потенційно небезпечних для людини хімічних і біологічних речовин у повітрі, ґрунті, негативних фізичних факторів (шум, вібрація, інфразвук, електромагнітні поля тощо) та інших. Розміщення й об'ємно-просторове рішення будинків готелів повинні відповідати вимогам ДБН 360, ДБН В. 1.4-2.01, ДБН В.1.1-7, ДБН В.2.2-9, ДБН В.2.2-15, ДБН В.2.2-17, ДБН В.2.3-4, ДСП 173, ДСанПіН 239, СанПіН 2605, СанПіН 3077 і цих Норм.

Площа ділянки визначається завданням на проектування або проектом з урахуванням умов розміщення, характеру міського середовища, функціонального складу і категорії готелю. Земельна ділянка для розміщення готелю повинна забезпечити можливість облаштування (розміщення ділянки відпочинку, господарських ділянок і гостьових стоянок автотранспорту) та озеленення .

При проектуванні готелів і готельних комплексів (крім мотелів) їх ділянки рекомендується розміщувати в пішохідній доступності від зупинок громадського транспорту (у радіусі 700 м).

Мотелі слід розміщувати переважно на крупних транзитних магістралях, що сполучають поселення.

У складі ділянки готелю (мотелю) повинні бути передбачені:

- упоряджені майданчики перед входами в приміщення громадського і житлового призначення (з розрахунку не менше 0,2 м² на одного проживаючого);

- майданчики для стоянки автомобілів;

- майданчики для тимчасового паркування автомобілів і автобусів для висадки та посадки пасажирів згідно з вимогами ДБН 360 і ДБН В.2.3-5;

- внутрішні наскрізні проїзди, під'їзди до головного та інших входів до готелю згідно з вимогами ДБН 360 та ДБН В.1.1-7.

Необхідність розміщення на ділянці спортивних і дитячих майданчиків, а також зимових садів, оранжерей, зелених

партерів та інших зон відпочинку і дозвілля визначається завданням на проектування або проектом.

Гаражі та стоянки автомобілів при готелях слід проектувати з урахуванням вимог ДБН 360, ДБН В.2.2-9, ДБН В.2.3-15, ВСН 01. Площа відкритих автостоянок, що не охороняються, до площі ділянки готелю не включається.

При готелях категорії **** і вище повинні передбачатися автостоянки, що охороняються. Кількість місць на автостоянках (згідно з ДСТУ 4269) залежно від категорії готелю (мотелю) приймається не менше зазначених у таблицях (у % від кількості номерів).

Кількість місць на автостоянках готелів для обслуговуючого персоналу розраховується згідно з вимогами ДБН 360 та завданням на проектування.

Кількість місць на автостоянках готелів, що мають у своєму складі відкриті для сторонніх відвідувачів підприємства харчування, побутового обслуговування і торгівлі, культурно-масового призначення, рекомендується збільшувати з урахуванням потужностей цих підприємств згідно з завданням на проектування.

Відстань між житловими корпусами (будинками) готелів та автостоянкою слід приймати згідно з вимогами ДБН 360 та ДСП 173.

Відкритий майданчик для короткочасної стоянки біля головного входу проектується з розрахунку одночасного розміщення не менше п'яти автомобілів.

Площу ділянки для стоянки одного автомобіля на автостоянках слід приймати відповідно до вимог ДБН В.2.3-15.

На ділянках готелів повинні бути передбачені індивідуальні стоянки для інвалідів (з розрахунку 10 %, але не менше 1 машино-місця), максимально наближені до входу у будинок, і спеціальні пристрої (пандуси, підйомники), що забезпечують доступність для маломобільних груп населення згідно з ДБН В.2.2-17.

При проектуванні багатофункціональних комплексів, що включають готелі, слід передбачати розміщення стоянок із

розрахунку забезпечення потреби в машино-місцях для паркування автомобілів осіб, що працюють, проживають і відвідують комплекс згідно з вимогами ДБН 360.

У підземних, підвальних і цокольних поверхах готелів допускається розміщення стоянок для зберігання і паркування легкових автомобілів згідно з вимогами 6.7 ДБН В.2.3-15.

У готелях при вантажних терміналах та інших готелях, що обслуговують вантажні автомобільні потоки, слід передбачати автостоянки (пункти відстою) вантажного автотранспорту, кількість місць на яких встановлюється завданням на проектування, проектом або відповідним обґрунтуванням.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ 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.: Центр 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».