

## **ЗАВДАННЯ:**

1. Зробити опорний конспект лекції «Готелі й інші підприємства системи розміщення».
2. Розробити тести (20-30 запитань) різної складності та структури відповіді (одна правильна відповідь, кілька правильних відповідей, співставлення і т.д.), використовуючи поданий матеріал.

## **ГОТЕЛІ Й ІНШІ ПІДПРИЄМСТВА СИСТЕМИ РОЗМІЩЕННЯ.**

### **План**

1. Історія формування готельної індустрії. Види готелів і аналогічних закладів розміщення.
2. Класифікація готелів.

**1. HoReCa** (російськ. *Хóрека́*)—термін, що позначає сферу індустрії гостинності (громадського харчування й готельного господарства). Назва «HoReCa» (акронім) походить від перших двох букв у словах **H**otel, **R**estaurant, **C**afe/Catering (готель — ресторан — кафе/кейтеринг).

**HoReCa-Поняття**, використовуване операторами й учасниками ринку. Термін «HoReCa» активно використовується рестораторами, отельєрами, шеф-кухарями, компаніями-постачальниками й виробниками устаткування, продуктів харчування й послуг для готелів/готелів, ресторанів, барів і кафе, а також іншими учасниками готельного й ресторанного бізнесу для визначення їхньої приналежності до ринку індустрії гостинності. На сленгу працівників цієї галузі, співробітника пов'язаного з HoReCa іноді називають «Горець» (псевдо-транслітерація - «HoReCa»>«Горець»)

**Розміщення є одним із найважливіших елементів туризму. Немає розміщення (ночівлі) — немає туризму.** Готельна індустрія — суть системи гостинності. Вона виходить із найдавніших традицій, характерних практично для будь-якої суспільної формації в історії людства, — поваги до гостя, святковості його прийому та обслуговування. **Багато авторів розглядають**

поняття "готель" як похідне від латинського "hospitalis", що означає "гостинний". З приводу походження цього терміна існують і інші думки. Одна з розповсюджених точок зору зводиться до того, що англійське слово "hospitality" (гостинність) походить від старофранцузького "hospice" (хоспіс), що означає "приймальний будинок для мандрівників".

Перші прояви розвитку готельної дійшли до нас з античних часів — це відомості про місця для розміщення приїжджих у зв'язку з торгівлею, паломництвом, лікуванням. У Давній Греції поштовхом до розвитку цієї сфери діяльності були Олімпійські ігри, на які з'їжджалися учасники і глядачі з усієї країни, їм треба було надати місце для проживання. Попередниками сучасних готелів були кімнати, а подекуди і цілі будинки на території монастирів, релігійних центрів або с місцях паломництва для місіонерів та інших мандрівників.

В епоху Середньовіччя будинки при монастирях для надання притулку подорожнім з безкоштовним харчуванням називалися з грецьк. «місця для відпочинку». Утім, з часом такі місця почали давати прибуток і переросли у бізнесову діяльність, яка почала формуватися у XIII ст. Свідченням цього є створення Асоціації власників постійних дворів в 1282 році у Флоренції (Італія), яка займалася ліцензуванням подібних установ. Згодом членство в таких асоціаціях поширилося на всю Італію та інші країни. Найстаршим із є Hospice de Beaune (Оспіс-де-Бон) у Бургундії, відоме також як Hotel Dieu (Готель Дьє) - "Будинок Бога". Воно було засновано в 1443 р. як благодійна лікарня і притулок для бідняків.

З підвищенням життєвого рівня населення в наступних сторіччях підвищувався рівень обслуговування. Поштовхом до цього став туризм елітних верств населення.

У XVIII ст. значного розвитку набули «кавові салони», тобто кав'ярні, які відкривали при постійних дворах.

Скромні пансіонати і «кімнати для гостей» у будинках

**священнослужителів чи монастирях замінили перші готелі. Одним із перших, які з'явилися у Європі, вважають готель Генріха IV, побудований у Нанті в 1788 році. Він був розрахований на 60 гостей.** На той час це був один із найкращих на континенті готелів. Згодом, у 1801 році, в Німеччині відкрили першокласний готель «Бадіше Хоф» в Баден-Бадені, а у Центральній Швейцарії в 1812 році— «Рігі-Клестерлі». У цей період будували передусім розкішні готелі, які обслуговували представників аристократії, дворянства, вищого офіцерства.

**У другій половині XIX ст. надзвичайно швидко розвивається готельний бізнес, бо до готельних підприємств додаються перші бюро подорожей, завдання яких — організувати туристичні поїздки і реалізовувати їх споживачу.** А звідси і нові вимоги туристів до умов проживання, що спонукало власників надавати все більше і більше нових послуг, аж до будівництва розкішних апартаментів з високим рівнем комфорту. Згодом це привело до створення так званих готельних ланцюжків .

**До закладів розміщення туристів згідно ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», від 01.10.2006 належать готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало та ін.**

**Готелі й мотелі — основні заклади розміщення, а всі інші — додаткові.**

#### **Основні заклади розміщення**

**Готелі та аналогічні засоби розміщення – майнові комплекси, що складаються із 7 і більше номерів, підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання [5].**

**Комплексувальними функціями готелю однаковою мірою є послуга розміщення і харчування,** а в цілому у закладах розміщення передбачені такі чотири основні групи послуг:

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

До додаткових чи інших послуг відносяться пропозиція басейну, спортивного, конференц-залів, залів для переговорів, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажного кабінету і ряд інших. Додаткові послуги набувають усе більше значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Підвищений інтерес викликають послуги, що виділяють даний готель з ряду інших. У більшості випадків такими послугами виступають додаткові.

**Мотель** – готель, розташований за межами міста вздовж автошляху, як правило, в одно-двоповерховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для паркування й технічного обслуговування автомобілів [3].

Перші мотелі з'явилися в США, і національна статистика цієї держави визначає їх як заклади для прийому туристів, що подорожують на автомобілях. Мотелі являють собою прості одноповерхові чи двоповерхові споруди малої чи середньої місткості (до 400 місць), розташовані поза міською забудовою, біля автомагістралей. Для них характерний середній рівень обслуговування при невеликій кількості персоналу (американська норма обслуговування - 11 чоловік на 100 номерів). Крім того, передбачений повний комплекс технічного сервісу: гаражі, стоянки для автомобілів, станції ремонту.

Перший мотель побудував каліфорнійський архітектор Артур Хайнеман у 1925 р. в Сан-Луїс Обіспо (штат Каліфорнія)- у містечку, розташованому майже за 200 миль від Лос-Анджелеса. У той час до цього місця доводилося їхати майже цілий день. **Хайнеман спроектував свій мотель таким чином, що гості могли під'їжджати до дверей своїх одноповерхових бунгало чи до прилягаючого до бунгало гаража. Таких бунгало було всього 40, і**

вони стояли навколо внутрішнього двору.

Як самостійні готельні комплекси motelі одержали розвиток лише в 1950-і роки.

Спочатку motelь планувався як засіб розміщення, що робить обмежений набір послуг, у той час як готель пропонував повне обслуговування. Клієнтами motelів були різні категорії туристів, що подорожують на автомобілях, у тому числі і з високим рівнем статку. У зв'язку з їхніми потребами в motelях поступово розширювався спектр пропонованих послуг і вони усе менше стали відрізнятися від готелів. Незабаром основним розходженням між motelями і готелями було те, що motelі пропонували послуги паркування і технічного обслуговування автомобілів. Новим типом засобів розміщення, в якому були об'єднані риси готелів і motelів, і стали мотор-готелі [4].

#### Додаткові заклади розміщення

• **Кемпінг** — літній, технічно обладнаний табір для автотуристів зі зв'язком, водогоном, можливостями техогляду для автомобілів, а також нічлігу в наметах, спальних кімнатах, автомобільних причепах. Обов'язковим є паркування автомобіля.

• **акватель (ботель)** – готель, облаштований на кораблі, вилученому з експлуатації як транспортний засіб, і який перебуває на стаціонарній стоянці; або **ботель** — рекреаційний заклад, призначений для **цілорічного функціонування** на зразок турбази, розташований на березі річки або іншої водойми зі спорудами для **технічного обслуговування плавзасобів**. У системі водних туристичних маршрутів— це початкові, кінцеві пункти або проміжні, з великою кількістю екскурсійних об'єктів, де необхідне тривале перебування туристів. Ботелі виконують роль центрів радіальних водних маршрутів. У холодну пору року їх використовують як готелі, будинки рибака, спортивні бази тощо. Місткість — 100—200 місць.

• **агроготель** – готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку;

• **апартамент-готель, апарт-готель** – готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами, у складі яких є кухня або функціональна зона з умовами для самостійного готування їжі;

• **Хостел;**

• **клуб-готель** – готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають інші послуги, переважно членам клубу;

• **конгрес-готель** – готелі, що обслуговують учасників великих форумів і конференцій. Цей тип підприємств стрімко набирає популярність. За останні 20 років попит на послуги цих готелів подвоївся. Являють собою різновид **бізнес-готелів**, однак мають свої відмінності, (**місткість бізнес-готелів не більша ніж 600 номерів, конгрес-готелів – 600 номерів і більше**). До цієї групи входить інсентив-туризм: заохочувальні поїздки для персоналу фірм (10-15 % від загальної кількості ділових поїздок). Початок розвитку концепції "готелі ділового призначення" було покладено в США відкриттям у 1908 р. Елевортом Статлером готелю "Буффало Статлер", призначеного для обслуговування бізнесменів і комерсантів. Зараз ця концепція є однією з провідних на ринку готельних послуг, що пояснюється особливостями сформованого попиту на готельне розміщення:

Важливість ділових клієнтів для готельних підприємств зумовлена таким:

Ділові люди – учасники конференцій, симпозіумів, форумів і т. д., як правило, **мають великий статок, у зв'язку з чим вони не тільки оплачують своє проживання, а й активно користуються додатковими послугами: пральнями, перукарнею, масажними кабінетами, басейном, спортивними комплексами, казино, прокатом автомобілів і т. д.** Крім того, ділові люди часто розміщуються в готелях із членами своїх родин, які **не пов'язані з діловою програмою, але активно беруть участь у розважальній.** Усе це в підсумку значно підвищує доходи готелів.

Орієнтація на обслуговування ділових людей дозволяє готелям **щонайточніше проводити попереднє бронювання місць, прогнозувати**

завантаження матеріальної бази.

Створюються прекрасні можливості для **повторних приїздів**. Будучи пов'язаними з діловим заходом, люди безпосередньо одержують інформацію про готель, пропоновані в ньому послуги, їх якість тощо. У випадку задоволення вони обов'язково поділяться інформацією і порекомендують цей готель своїм друзям і знайомим, а також самі неодмінно скористаються його послугами ще раз.

Обслуговування ділових людей дозволяє готелям **збільшити завантаження в період міжсезоння і т. д.**

**Для обслуговування ділових людей повинні бути створені відповідні умови**, у зв'язку з чим до готелів ділового призначення пред'являються такі вимоги:

- місце розташування поблизу адміністративних, громадських та інших центрів ділового життя;
- перевага в номерному фонді одномісних номерів;
- наявність у номерному фонді номерів-апартаментів, необхідних для обслуговування у випадках розміщення ділових людей із членами своїх родин;
- наявність спеціальних приміщень для проведення ділових заходів: конференц-залів (бажано різної місткості), переговорних кімнат, приміщень для експозиції і т. д.;
- наявність спеціального технічного устаткування: для синхронного перекладу, різноманітних видів зв'язку й оргтехніки;
- наявність служб фінансового забезпечення: відділень банків, пунктів обміну валюти і т. д.;
- забезпечення можливості надання високоякісного харчування: наявність ресторанів європейської і національної кухні, кафе і барів вищих категорій, а також доставка харчування в номери;
- устаткування стоянок і гаражів для транспортних засобів;
- обов'язкова організація в номері, поряд із зоною відпочинку і сну,

робочої зони і т.д.

**У сучасних умовах ділова людина при виборі готелю звертає увагу на те, щоб у робочій зоні готельного номера поруч з письмовим столом знаходилася електрична розетка і модемна розетка для підключення до Інтернету й електронної пошти.**

•**Казино-готель** – пов'язані з ігорним бізнесом. Це готелі з великою місткістю номерного фонду (від 500 номерів до 3000 і більше). У структурі номерного фонду переважають багатокімнатні номери з дорогим інтер'єром, міні-басейнами, джакузі, декількома ванними та спальнями. Казино-готель має кілька підприємств харчування (4 і більше), частина з яких працює без перерви 24 години на добу. Тут створені умови для проведення розважальних заходів, виступів співаків, акторів, естрадних груп (є спеціальні зали, бари, холи). **Особливістю обслуговування в казино-готелях є те, що їжа й напої даються безкоштовно, тобто їхня вартість входить у вартість розміщення. Казино-готелі - одні з найдорожчих. Вартість номера може становити 1000-25 000\$ [4].**

•**Караван** – мобільний автопричіп, обладнаний для розміщення та готування їжі.

•**Ротель** — установа туризму, призначена для літнього відпочинку **автотуристів, які подорожують автомобілями з трейлерами.** Пересувний готель, що представляє собою вагон з одно-двомісними відсіками, в яких розташовані спальні крісла. Є відсік для перевдягання, туалет, кухня, холодильник.

•**Пансіонат**— аналогічний готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення, розташований у заміській або в рекреаційній зоні з *регламентованим режимом харчування та відпочинку.* Підприємство з простим стандартом і обмеженим спектром послуг. Тут пропонуються сніданки, обіди й вечері (повний пансіон). Однак послуги харчування можуть отримати тільки клієнти, які тут проживають.

•**Профілакторій** – аналогічний готелю засіб розміщення, як правило,



відомчого підпорядкування, призначений для організування відпочинку та загального оздоровлювання, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб.

• **Гостинний двір** – підприємство, що відрізняється від готелів спрощеним стандартом обслуговування, меншою місткістю, відсутністю ряду приміщень для зустрічі і перебування гостей (**холів, вестибулів, віталень і т. д.**). У структурі гостинного двору обов'язкова наявність ресторану або бару [3].

• **Готель типу кондомініуму.** Його розмір може коливатися від 50 до 250 кімнат, можуть бути окремі споруди на 4-5 кімнат. Має номери типу квартир і спортивні споруди аналогічні курортним. Окремі квартири продаються індивідуальним власникам, але правом повної власності користується компанія з управління. Квартири, які призначені для обслуговування клієнтів, які знаходяться у відпустках і на канікулах, за звичай, розміщуються навколо курортів.

• Розрізняють два види власності на такі готелі. Деякі квартири продано напряму, а їх власники мають право на цілорічне проживання. Інший спосіб, більш поширений в практиці, полягає в тому, що квартири продаються на розподілений (як правило на тижні) **час (time share)**, коли один власник має право займати квартиру протягом певного обмеженого часу. Сутність концепції таймшеру полягає в переході від придбання нерухомості до купівлі довгострокового права на відпочинок [1].

• **Таймшер - (Timesher) покупка в личную собственность недвижимости на фиксированное в течение года время. Аналогичное право на ту же недвижимость в течение остального времени могут приобретать любые другие физические или юридические лица. Еще несколько терминов из туристического словаря:**

• **ТАЙМШЕР** - покупка права пользования номером на одну - две недели в том или ином месте в течение продолжительного периода. При этом создаются условия для обмена местами отдыха, что позволяет владельцам

*таймшерів* меняють місце отдыха.

• **Бунгало** — обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного готування їжі. Поширена в молодіжних таборах [3].

• **Шале** — являє собою сільський дім в гірській місцевості. Цей тип закладів розміщення особливо поширений у Швейцарії та інших гірських країнах і місцевостях [1].

• **Існують також національні готелі, у яких представлено національні традиції країни.**

• **Парадор** — готель, що належать державі й побудований у національному стилі переважно на околиці міста або в сільській місцевості Іспанії.

• **Рьокан** — готель у традиційному японському стилі. При вході відвідувачі роззуваються і взувають традиційне японське взуття. Сплять у рьокані на підлозі, на спеціальних матрацах — футонах. У кімнаті (15—17 м<sup>2</sup>) часто розміщуються 5—7 осіб. У номерах здебільшого немає ванних кімнат (за винятком рьоканів, побудованих останнім часом для іноземців), натомість є лазня загального користування.

## **2. Готельні підприємства класифікують за різними критеріями.**

1. Місце розташування.
2. Тривалість роботи.
3. Забезпечення харчуванням.
4. Рівень цін.
5. Місткість номерного фонду.
6. Рівень комфорту.

### **1. За місцем розташування:**

У готельному бізнесі розглядають п'ять місць розташування готелю:

• центр міста. Центральними є практично всі готелі ділового призначення, готелі люкс, готелі середнього класу;

• аеропорт;

- приміська зона. Частіше створюють кемпінги, турбази.;

- курорт. курортні готелі. Концепція "курортного готелю" передбачає надання знаходження, харчування і ряду додаткових послуг людям, що прагнуть до відпочинку і відновлення здоров'я. **Найбільш популярним місцем розміщення курортних готелів є території, що надають можливості для відпочинку і лікування в природних кліматичних і природних умовах: на морських узбережжях, у гірських районах тощо.** У структурі курортних готелів в обов'язковому порядку повинні бути передбачені приміщення для надання медичних послуг лікувально-профілактичного характеру, надання дієтичного харчування, заняття спортом і активним відпочинком і ін. Проблеми, з якими зіштовхуються курортні готелі, зумовлені сезонністю попиту, що значною мірою позначається на їх завантаженні. Багато курортів є сезонними по своїй суті (наприклад, зимові чи літні курорти). Тривалість періоду активного функціонування може становити 90-150 днів, що залежить від кліматичних і ряду інших факторів. **Щоб вирівняти завантаження в період міжсезоння, останніми роками багато курортних готелів стали прагнути до створення нових ринків, зокрема, усе більша увага цих готелів зосереджується на обслуговування ділового туризму. ;**

- шосе. Частіше створюють мотелі.

## **2. За тривалістю роботи готелю:**

- працюють цілий рік;
- працюють два сезони;
- односезонні.

## **3. За забезпеченням харчування розрізняють:**

- готелі, в яких до тарифу включена не лише вартість послуг з тимчасового розміщення, харчування та напоїв, а також користування усіма іншими наявними зручностями та послугами у засобі розміщення – усе включено («all inclusive»);

- готелі, що забезпечують повний пансіон (плата за номер передбачає

розміщення + 3-разове харчування) – повний пансіон («full board»), який ще називають американський план (American Plan, AP);

- готелі, в яких в плату за номер входить розміщення і сніданок+ вечеря – напівпансіон («half board») або модифікований американський план (Modified American Plan, MAP);

- готелі, в яких в плату за номер входить розміщення і тільки сніданок – «постіль і сніданок» («Bed and Breakfast»), який ще називають континентальний план (Continental Plan);

- європейський план, який не передбачає організованого харчування – «тільки кімната» («room only») або (European Plan, EP), це означає не те, що в даному готелі не організоване харчування, а що воно не входить до вартості номера. [6, С. 120-121].

#### **4. За рівнем цін на номери готелі класифікують на:**

- економічні.

- середні.

- першокласні. Характерна висока ціна номера, що включає всі можливі види обслуговування.  
- фешенебельні (від англ. Fashion – стиль, мода);

**5. Місткість номерного фонду - це число місць (номерів), що може бути запропоновано клієнтам одночасно.**

Загальноприйнятого підходу до визначення місткості малих, середніх і великих готелів немає. У кожній країні до цього підходять по-різному, з огляду на конкретні особливості соціально-економічного й історичного розвитку.

ВТО рекомендує розуміти під малим готелем, готель з кількістю номерів до 30, одночасно відзначаючи, що це визначення є пріоритетом кожної окремої країни. Для регіону Європи типові невеликі готелі (наприклад, у Німеччині малим вважається готель місткістю до 40 місць, середнім - 40-80 місць, великим - понад 80 місць), а для США і Азії, де швидко розвивається готельний ринок, - готелі великої місткості.

**Багато країн використовують такий підхід до класифікації готелів за місткістю:**

- малі - місткістю до 150 місць (не більше ніж 100 номерів);
- середні - 150-400 місць (до 300 номерів);
- великі - понад 400 місць (понад 300 номерів).

Місткість інших функціональних частин готельного комплексу, зокрема ресторану, кафе, бару, визначається:

- місткістю номерного фонду;- призначенням готелю;- наявністю подібних підприємств у прилеглий зоні.

**Готелі розрізняють ще й за кількістю спальних місць. В американській та українській практиці дотримуються такої типології і отелів за місткістю: менше ніж 100 місць — невеликі готелі, від 100 до 500 — середні, понад 500 — великі.**

**Готельні підприємства також можна класифікувати за зручним розташуванням транспортних засобів, за правом власності. Однак на перше місце при класифікації готелів важливим є рівень комфорту.**

#### **6. Рівень комфорту закладів готельного типу**

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг.

**Рівень комфорту- це комплексний критерій, складовими якого є певні параметри (відмінні в різних країнах світу):**

- стан номерного фонду: площа номерів (м<sup>2</sup>), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей і т. д.;

- стан меблів, інвентаря, предметів санітарно-гігієнічного призначення;

- наявність і стан підприємств харчування: ресторанів, кафе, барів;

- стан будинку, під'їзних колій, облаштованість прилягаючої до готелю території;

- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, у тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників,

міні-барів, міні-сейфів і т. д.;

- забезпечення можливості надання ряду додаткових послуг. Ці параметри оцінюються практично у всіх наявних нині системах класифікації готелів. Крім того, ряд вимог пред'являється до персоналу та його підготовки: освіти, кваліфікації, віку, стану здоров'я, знання мови, зовнішньому вигляду і поведженню.

**У кожній окремій державі до розуміння рівня комфорту як критерію класифікації підходять по-різному. Саме ця обставина, а також ряд факторів, зумовлених культурно-історичними і національними традиціями держав, перешкоджала введенню в світі єдиної класифікації готелів. Проблема розробки єдиної міжнародної класифікації за рівнем комфорту була однією з найскладніших в туристичній галузі. Протягом 50 років Міжнародна готельна асоціація (ІНА) та Всесвітня туристична організація (WTO) розробляли основні критерії категоризації засобів розміщення. Тільки у 1972 році ними було запропоновано проект єдиної міжнародної класифікації готелів. Однак, цю систему було відхилено більшістю національних готельних асоціацій країн-членів ІНА. Вони визнали за неможливе введення єдиних стандартів через неоднозначність підходів до оцінки якості обслуговування, національних традицій, кліматичних, економічних, соціальних умов у різних країнах. Між тим, в 1989 році у Мадриді регіональні комісії WTO дійшли згоди щодо гармонізації критеріїв готельної класифікації за рівнем комфорту і затвердили систему зірок [1], але в світі все ще залишається більше ніж тридцяти систем класифікації, найбільш розповсюдженими серед яких такі:**

• європейська, або, як часто її називають, система "зірок", що ґрунтується на **Французькій національній системі класифікації**, в основі якої лежить розподіл готелів на категорії від однієї до п'яти зірок. Така система застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні і ряді інших країн;

- система «сонечок» в країнах Скандинавії;
- система "корон", застосовується у Великій Британії;
- система букв (A, B, C, D), що використовується в Греції;
- індійська система, яка ґрунтується на бальній оцінці і застосовується здебільшого у країнах, що розвиваються;
- системи окремих готельних ланцюгів.

**Французька національна класифікація встановлює для туристичних готелів шість категорій, серед яких п'ять із присвоєнням певної кількості зірок (1\*, 2\*, 3\*, 4\* чи 5\*), одна категорія без зірки. Така система дозволяє найбільш повно охопити ринок готельних послуг. В структурі готельного фонду Франції частка п'ятизіркових готелів становить - 3,6%, чотиризіркових - 5,3%, тризіркових - 18,3%, двозіркових - 32,2%, однозіркових – 40,6%, тобто переважають готелі середнього класу.**

**Асоціація готелів Скандинавії (Данія, Швеція, Норвегія) має свою міжнаціональну класифікацію. Вона побудована за принципом французької або європейської системи, тільки клас готелів **визначається не зірками, а «сонечками»**. Знак має вигляд половинки сонця, що сходить на фоні неба. Клас готелю визначають експерти Асоціації. У скандинавських країнах дуже поширені позначення для послуг у вигляді **пiктограм**, що використовуються у каталогах Асоціації. Таким чином, клієнт одержує повну **інформацію про те, яке обслуговування чекає на нього в кожному готелі**. Для заміських готелів молодіжного і сімейного відпочинку та кемпінгів існують інші критерії оцінки, менш суворі, ніж для готелів. Система класифікації цих засобів розміщення також передбачає розподіл на п'ять зірок і для них випускають інші каталоги [1].**

**Для того щоб гармонізувати систему "корон", що використовується у Великій Британії, із системою "зірок", необхідно від загального числа "корон" відняти одну "зірку" (наприклад, рівень чотирьох "корон" дорівнює рівню трьох "зірок") [4].**

Найбільш уживаною вважається класифікація запропонована Британським управлінням подорожей - British Travel Authority (BTA):

- бюджетні готелі (\*) розміщуються найчастіше в центрі міста і мають мінімум зручностей;
- готелі туристського класу (\*\*) мають ресторан і бар;
- готелі середнього класу (\*\*\*) відзначає досить виский рівень обслуговування;
- готелі першого класу (\*\*\*\*) характеризує дуже висока якість проживання і відмінний рівень обслуговування;
- готелі вищої категорії (\*\*\*\*\*) забезпечують рівень обслуговування і проживання екстракласу.

У Великій Британії також реалізується класифікаційна схема для широкого спектра об'єктів розміщення, що включає як розкішні готелі, так і скромні фермерські будиночки на два номери, розроблена багатoproфільною організацією AA (Automobile Association development Ltd). Класифікаційна система AA визнана в національному масштабі і гарантує якість обслуговування в готелях, що пройшли інспекцію фахівців AA і заслужили право користатися її емблемою - **чорно-жовтим знаком**. Підтвердження категорії готелю здійснюється щорічно.

Усі засоби розміщення в системі AA розділені на два класи: власне готелі (Hotels, Lodge Country, House) і приватні готелі та пансіонати (Private Hotels, Guesthouses), фермерські будинки (Farmhouses), невеликі дорожні готелі (Inn).

Готелі в системі AA класифікуються від однієї до п'яти зірок. При цьому оцінюються кількість, якість наданих послуг, місткість номерного фонду (розмір готелю).

Властивістю системи AA, що допомагає клієнтам орієнтуватися у різноманітті пропонованих готельних послуг, є те, що кращі готелі одного класу відзначаються тут **червоними зірками (Red star) (звичайні- зірки жовтого кольору на чорному тлі)**. При виділенні кращих готелей



оцінюються не тільки якість номерного фонду, якість харчування, а й гостинність, охайність персоналу, загальне враження клієнтів від готелю.

Наприклад, \*\*\*\*\* - \*\*\*\* Red означає чудовий готель, що рекомендується для відвідування. Забезпечує дуже високий рівень сервісу, харчування і розміщення;

\*\*\* - \*\* Red - гарний готель, що перевищує необхідний для одержання відповідної категорії рівень вимог. Забезпечує високий рівень комфорту;

•Red - готель середнього рівня, що забезпечує прийнятний рівень обслуговування і комфорту. Тобто готелі в системі AA класифікуються від однієї до п'яти Q (від "Quality"- якість): 5Q- кращі з обраних, 4Q- обрані, 3Q-1Q - що рекомендуються [4].

Розглянута вище класифікація готелів, запропонована Асоціацією британських турагентств, що вважається у Великій Британії найбільш розповсюдженою, також передбачає подібну відповідність:

бюджетні готелі - \*;

готелі туристичного класу - \*\*;

середнього класу - \*\*\*;

першого класу - \*\*\*\*;

вищої категорії - \*\*\*\*\*.

Кожне підприємство інспектують щорічно і класифікують за особливими критеріями. Проводять роботу з класифікації спеціальні інспектори, робота яких полягає у регулярному та детальному обстеженні готелю. Кожний інспектор повинен мати спеціальну освіту у готельній і ресторанній справі, теоретичну і практичну підготовку. Вони зобов'язані регулярно проходити навчання на спеціальних курсах, щоб гарантувати дотримання загальнонаціональних стандартів. Готелі перевіряються анонімно. Оселившись на одну добу, як звичайний клієнт, і одержавши на ранок рахунок, інспектор відрекомендується і після цього проводить детальну перевірку всього підприємства. Після одержання схвальної оцінки та присудження заслуженої кількості зірок готель

інспектується таким самим чином щорічно. **При зміні власника готель автоматично втрачає свою кваліфікаційну оцінку і має бути переатестованим під управлінням нового власника. Плату за роботу з атестації диференційовано в залежності від розмірів готелю, ступеню оснащення обладнанням, крім того оплачується реєстрація присвоєної категорії.**

Спроби встановити відповідність із системою "зірок", що іноді чисто умовні, роблять і в інших системах (букв, категорій). Так, у Греції готелю категорії А відповідають чотири зіркового рівню, В- тризіркового, С- двозіркового, D - однозіркового. Готелям найвищого класу часто присуджується категорія de Luxe. Але заклади розміщення однакової категорії в Греції значно відрізняються один від одного.

П'ять категорій має також **індійська** система класифікації. На відміну від європейської, відповідність вимогам оцінюється в балах, при цьому за кожним пунктом стандарту встановлюється максимально можлива оцінка. Для одержання категорії готелю необхідно набрати мінімальну суму балів, кількість балів за кожним пунктом повинна бути не менше 50% від максимальної суми. Категорію надає спеціальна комісія за загальною кількістю балів, що складає для:

- \* - 100 балів
- \*\* - 150 балів
- \*\*\* — 210 балів
- \*\*\*\* — 260 балів
- \*\*\*\*\* - 290 балів [1]

Власний підхід до класифікації готелів мають **готельні ланцюги**. Звичайно в них виділяються не категорії, а **марки**, що поширюються на всі готелі конкретного ланцюга. У кожній марці може враховуватися не тільки рівень комфорту, а й призначення, місце розташування і деякі інші критерії. Наприклад, найбільший європейський готельний ланцюг Assor (Франція) пропонує кілька марок підприємств, у яких різноманітна палітра послуг

## **і цін:**

У ряді випадків назви марок готелів не дають споживачеві відповідної інформації, внаслідок чого туроператори стали проводити умовне співвідношення кожної марки визначеній кількості зірок за європейською системою. У випадку з готельним ланцюгом Асог це виглядає так:

Sofitel - 5 зірок,

Novotel - 4,

Mercury - 3,

Ibis - 2,

Etap - I,

Formule I - без зірки.

**В Україні** всі готелі поділяються на п'ять категорій із присвоєнням їм від однієї до п'яти зірок (**вимоги до готелів різної категорії наведені у ДСТУ 4269:2003**), мотелі - на чотири категорії з присвоєнням від однієї до чотирьох зірок [2].

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб. та допов. – К.:Альтерпрес, 2008. – 288 с.
2. ДСТУ 4269:2003 «Вимоги до готелів усіх категорій», 2003
3. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», від 01.10.2006
4. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник.-Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с;
5. Правила користування готелями й аналогічними засадами розміщення та надання готельних послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 № 19.

6. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму: навчальний посібник. – Ніжин: Видавництво НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с.