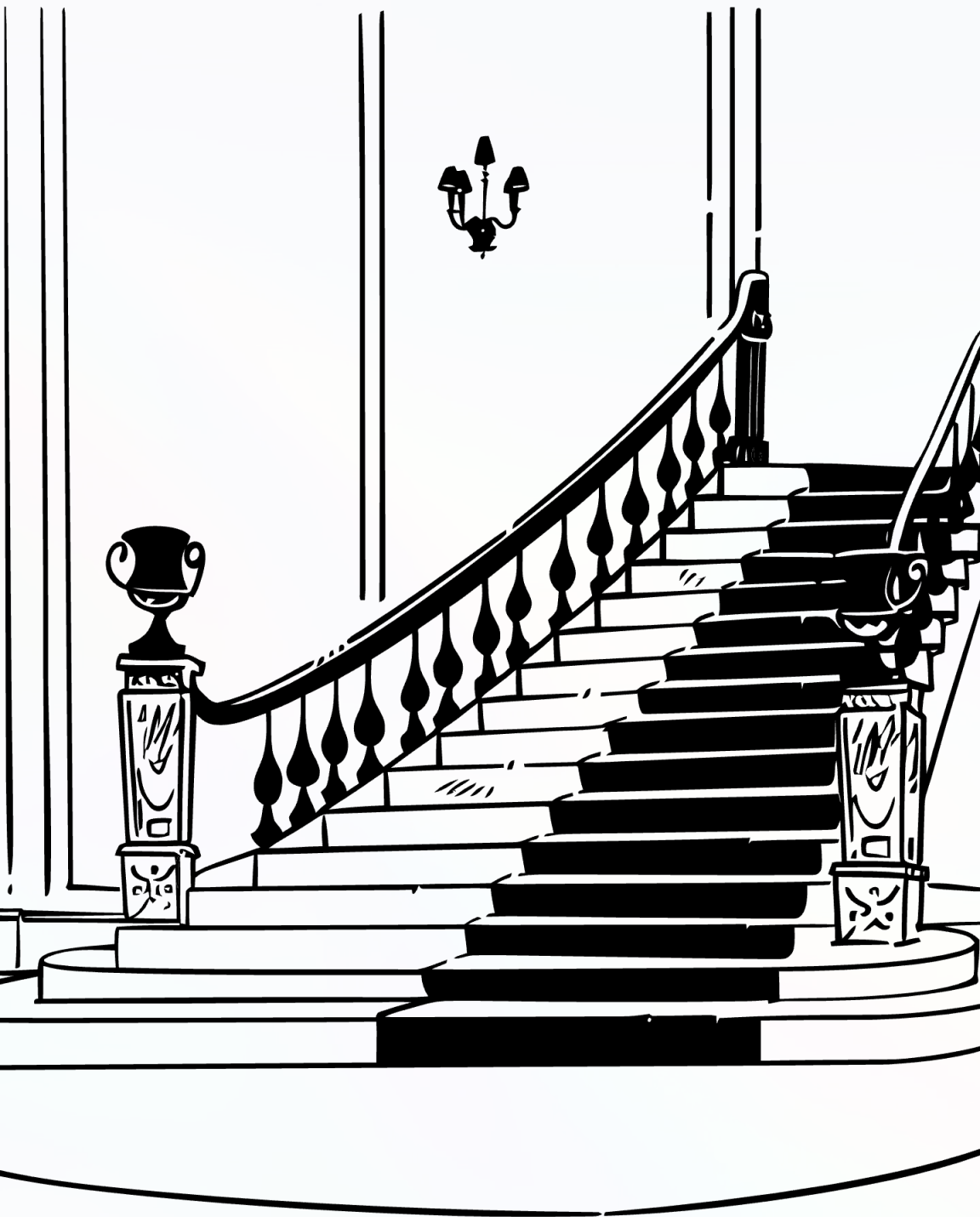
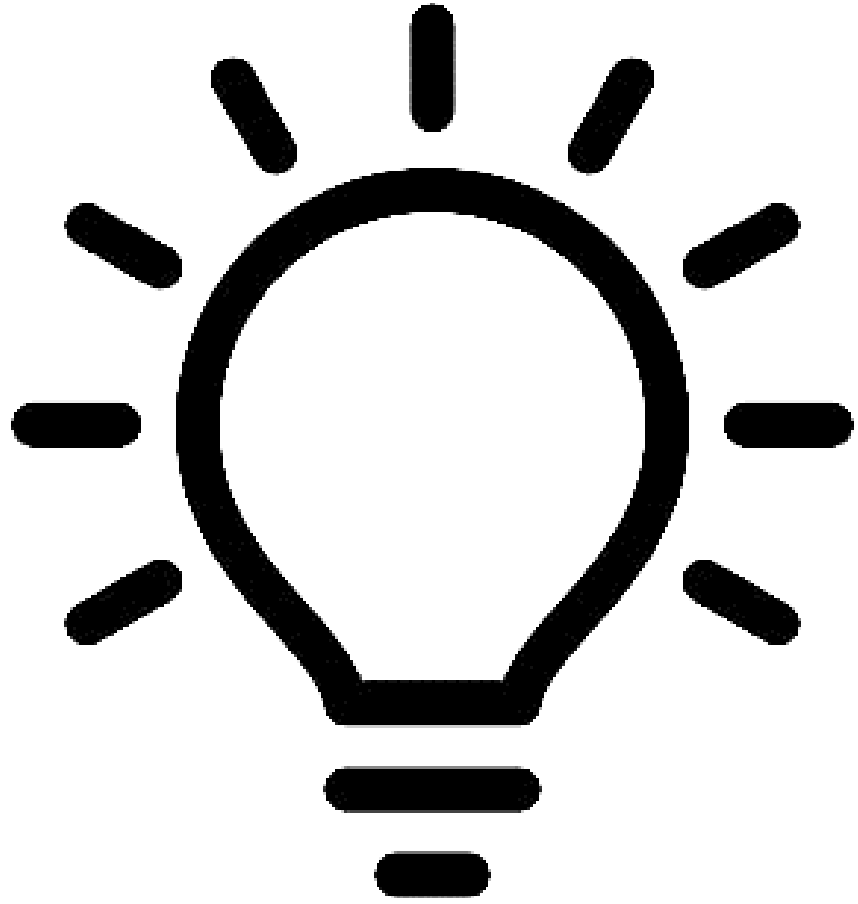




ТЕМА 4. Концептуальне рішення закладу готельно-ресторанного господарства

Лектор:
д.е.н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Климчук Альона Олегівна



План

1. Практична філософія готелю та загальні підходи до її розроблення.
2. Методичні рекомендації до розроблення практичної філософії готелю.

Ключові терміни



Концепція

Загальний задум, основна ідея проекту.



Комплекс

Сукупність взаємопов'язаних об'єктів.



Ресторан

Заклад громадського харчування.



Розміщення

Надання місця для проживання.



Система харчування

Організація харчування для гостей.



Проект

Детальний план реалізації ідеї.



Готель

Заклад для тимчасового проживання.



Послуги

Діяльність, спрямована на задоволення потреб.



Проживання

Перебування в готелі або іншому закладі.



Місія

Основна мета та призначення підприємства.

1. Практична філософія готелю та підходи до її розроблення

Обґрунтування проекту готельного підприємства починається з визначення основних напрямів його практичної філософії – загального підходу до ведення бізнесу. Ця філософія формується з інтелектуальних задумів, спрямованих на реалізацію потреб власників шляхом цілеспрямованого впливу на поведінку цільового сегменту споживачів.

Взаємозалежність елементів

Практична філософія готелю характеризується взаємозалежністю всіх елементів: від місії, назви, дизайнерського рішення та структури сервісу до загальної атмосфери. Вона підсилює значення всіх характеристик і виражає загальну концептуальну ідею.

Творчий підхід

Філософія виходить за межі виробничої та обслуговуючої діяльності, дозволяючи творчо підходити до організації прийому, розміщення, харчування, дозвілля, відпочинку, оздоровлення, оформлення інтер'єру та екстер'єру, пропозиції страв меню тощо. Відвідувач платить не тільки за проживання та харчування, а й за атмосферу, комфорт, відпочинок та ідею.



Етапи розроблення практичної філософії

01

Визначення ідеї

Що саме запропонувати споживачам (ідея).

02

Визначення форми

У якій формі це представити (форма).

03

Ідейний етап

Формування концептуальних задумів.

04

Матеріальний етап

Упредметнене відображення ідей (бізнес-план, дизайн-проект).

Дослідження ринку для формування філософії

Розроблення практичної філософії готельного підприємства здійснюється за результатами досліджень регіонального ринку потенційних споживачів та основних конкурентів.

Переваги регіону

Визначення переваг регіону та місця розміщення підприємства.

Цільова аудиторія

Характеристика цільової аудиторії, їх споживчої поведінки та структури потреб.

Конкуренти

Аналіз конкурентів щодо асортиментної, цінової, рекламної політики та обсягів реалізації послуг.

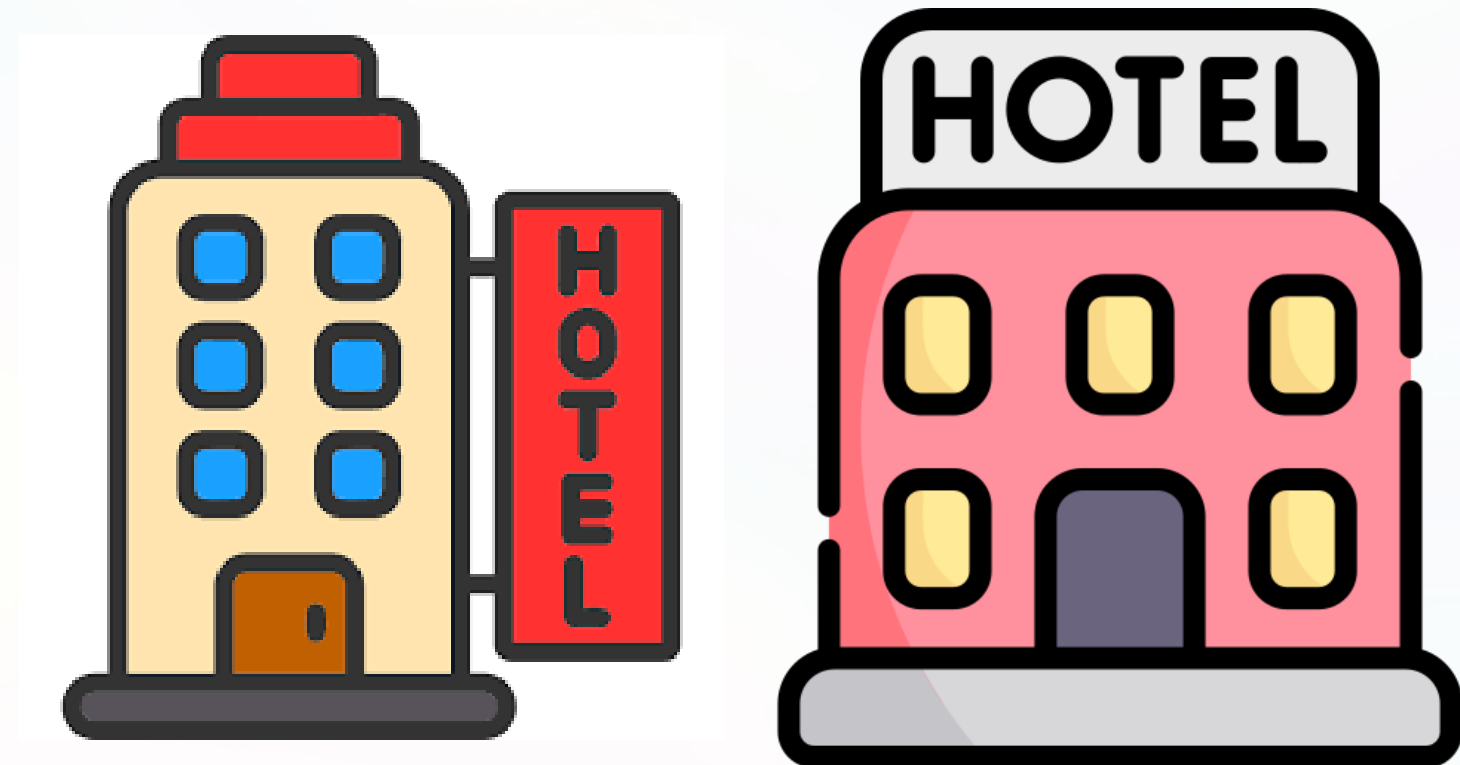
Головною умовою створення якісного сервісу є максимальна відповідність надаваних послуг потребам споживачів і характеру споживання.

Формування місії та концепції атмосфери

За результатами ринкових досліджень формують головну концептуальну ідею – місію готельного підприємства. Місія має бути сформульована у формі короткого брендового слогану, спрямованого на формування іміджу, та узгоджуватися з назвою.

Після визначення місії розробляється концепція загальної атмосферики готелю, що встановлює загальні вимоги до стилю та інтер'єру:

- Загальна концепція дизайну архітектури готельної будівлі.
- Концепція ландшафту.
- Концепція різних груп приміщень щодо кольорового та декоративного оздоблення стін, стелі, підлоги, освітлення.
- Концепція типу меблів, текстильного оздоблення вікон та меблів, особливих елементів внутрішнього декору.
- Бажана атмосфера.
- Вимоги до дизайну форми персоналу та логотипу готелю.



2. Методичні рекомендації до розроблення практичної філософії готелю

Розроблення практичної філософії ґрунтується на визначенні особливостей регіону та місця розміщення, характерних ознак цільового ринку споживачів та основних конкурентів, з урахуванням заданого типу та призначення засобу розміщення (наприклад, SPA – готель, етноготель, акваготель).



Основні елементи практичної філософії

● **Місія підприємства**

● **Концепція загальної атмосферики готелю**

● **Загальна характеристика готелю**

Розміщення (тип і призначення, рівень комфорту, кількість, категорії та дизайнерський стиль номерів), спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень.

● **Система проживання та харчування гостей**

● **Перелік основних і додаткових послуг готелю**

● **Структура закладів харчування готелю**

Їх кулінарне спрямування, формат виробництва та обслуговування, рівень сервісу, загальна атмосфера.

● **Організація надання послуг**

Побутового обслуговування, дозвіллево-анімаційного призначення, SPA і Wellness послуг, торговельних та бізнес-послуг.

● **Характеристика ексклюзивних послуг**

Унікальні послуги та продукти, які плануються як конкурентні переваги.

● **Інновації**

Інновації, що використовуватимуться в роботі готелю.

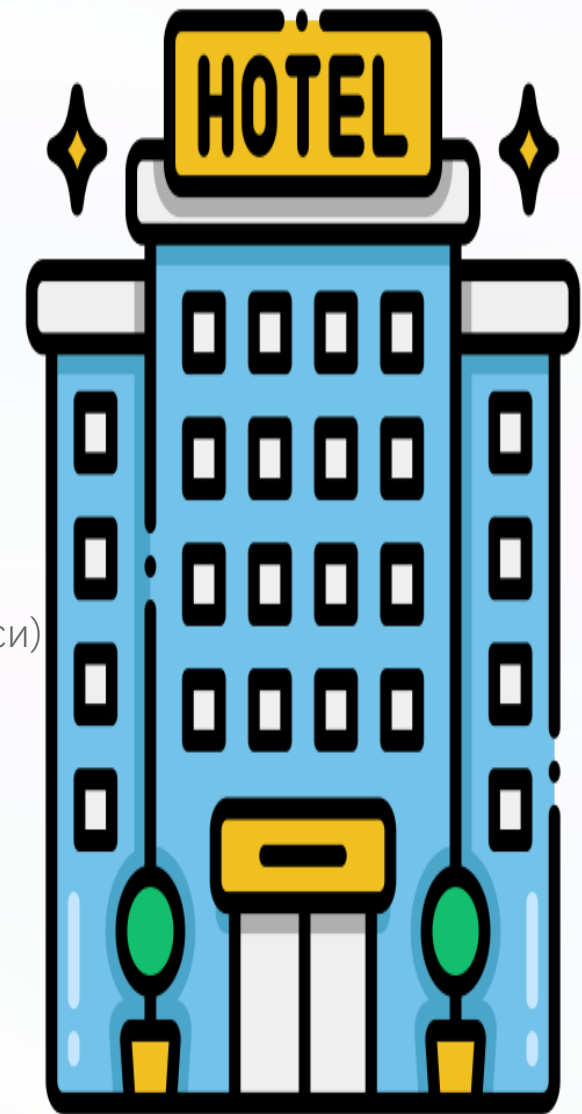


Методичні рекомендації до розроблення практичної філософії готелю

Розроблення практичної філософії ґрунтується на визначенні особливостей регіону та місця розміщення, характерних ознак цільового ринку споживачів та основних конкурентів, з урахуванням заданого типу та призначення засобу розміщення (наприклад, SPA – готель, етноготель, акваготель).

Характеристика регіону розміщення

- Географічне положення.
- Природно-кліматичні умови та інші природні фактори.
- Рівень пейзажної різноманітності.
- Рівень розвитку інфраструктури регіону, зокрема дислокація об'єктів готельно-ресторанного господарства.
- Транспортні сполучення і комунікаційні мережі.
- Внутрішня географія – розташування у планувальній структурі міста («спальні» райони, офісні центри, житлові комплекси).
- Еколого-санітарний стан.
- Населення регіону (чисельність, густота, ментальність, національність, віросповідання, рівень доходів, освіта).
- Туристичні потоки (обсяги, сезонність, характерні види туризму).

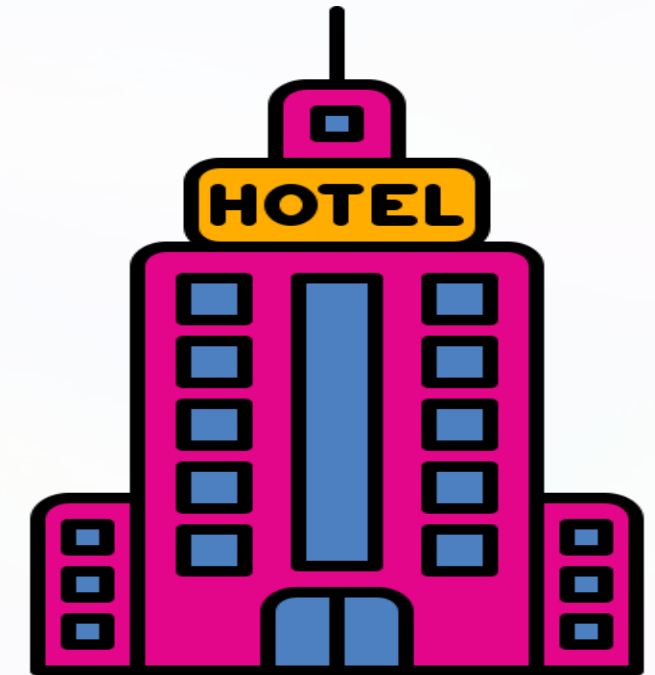


Вибір місця розміщення готелю

Необхідно проаналізувати обсяги та специфіку туристичних потоків, ділову активність, наявність унікальних природних факторів, історичних пам'яток, інфраструктури, доступність комунікаційних мереж та транспортного сполучення. Важливо врахувати наявність вільних територій для під'їздів та стоянок, міських інженерних комунікацій (водогін, каналізація, електрокабель).

Моделі розміщення готелів:

1. В центрі міста.
2. На територіях, прилеглих до центру.
3. В центрі житлових районів і мікрорайонів.
4. На околицях міста.
5. За межами міста.



Зберігається тенденція до розміщення великих готелів у центрі міста через зручні транспортні зв'язки та близькість до пам'яток. Однак, через високу вартість землі, спостерігається децентралізація мережі готелів, з розміщенням у зонах, прилеглих до центру, де нижча вартість землі та вища екологічна комфортність. Готелі на околицях або за межами міста призначені, здебільшого, для автотуристів.

Характеристика конкурентів

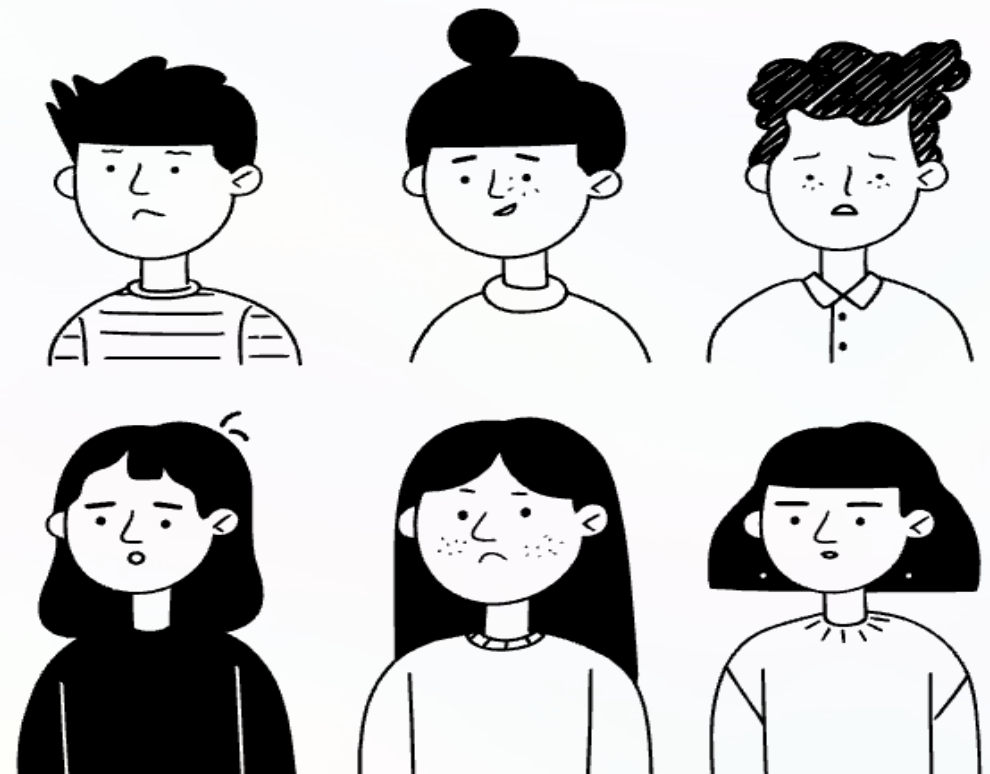
Необхідно надати стислу характеристику конкурентів щодо асортиментної, цінової, рекламної політики, цільової аудиторії споживачів та обсягів реалізації послуг, а також визначити конкурентні переваги проєктованого готелю.

Цільовий сегмент споживачів

Ідейна частина практичної філософії ґрунтується на проєктуванні характерних ознак цільового сегменту потенційних споживачів для максимального задоволення їх по

Ознаки цільової аудиторії:

- **Соціально-економічні:** рівень доходів, освіта, соціальний та професійний статус.
- **Демографічні:** стать, вік, сімейний стан, кількість членів родини, діти, етап життєвого циклу сім'ї, міграція.
- **Соціально-культурні:** рівень загальної та професійної культури, спосіб споживання, національність, віросповідання.
- **Поведінкові:** інтенсивність споживання готельного продукту, рівень вимог до обслуговування та комфорту.
- **Психологічні:** тип особистості, система цінностей, сімейні традиції, релігійні вірування, самоствердження, стиль життя.
- **Потребово-мотиваційні:** провідні мотиви при виборі готельного продукту, мета подорожування, потреби у певному рівні комфорту та послугах.



Знання фахівцями готельного бізнесу особливостей впливу визначених ознак на поведінку споживачів є підставою для розроблення основних положень практичної філософії підприємства, спрямованої на максимальне задоволення попиту цільового сегменту.

Система проживання та харчування в готелях

RO (Room Only), AO (Accommodation Only), NO, EP	Харчування в готелі не передбачено.
BB (Bed & Breakfast)	У вартість номера включений тільки сніданок.
AB (American Breakfast)	Американський/англійський сніданок (сосиски, бекон, яйця).
CB (Continental Breakfast)	Континентальний (легкий) сніданок (чай/кава/сік, булочка, джем).
HB (Half Board) і HB+	Сніданок і вечеря. HB+ включає алкогольні та безалкогольні напої.
FB (Full Board) і FB+	Триразові прийоми їжі. FB+ також включає напої.
AI (All Inclusive) і UAI (Ultra All Inclusive)	Система «все включено». UAI додатково пропонує десерти та напої.

Більшість проживаючих отримують сніданок за типом «шведський стіл», що входить до вартості проживання.

Додаткові послуги готелю

Крім проживання та харчування, готелі надають інші види послуг:

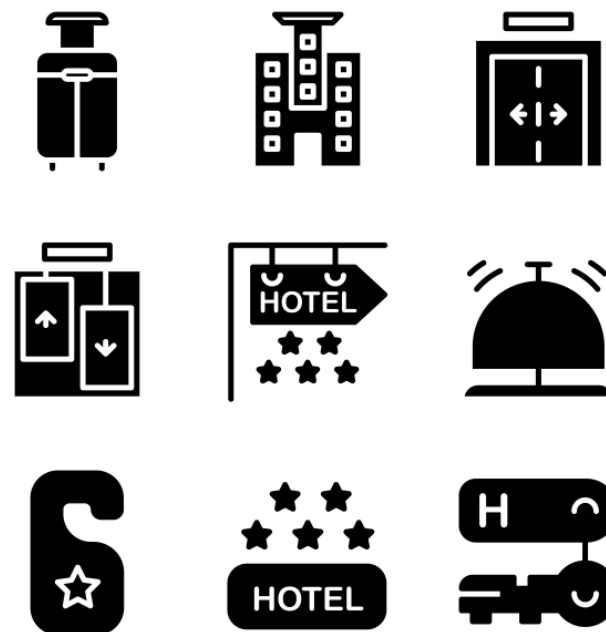
- **Побутові:** перукарня, хімчистка, прокат речей.
- **Дозвіллево-анімаційні:** дискотека, кінотеатр, бібліотека, інтернет-послуги, екскурсійні.
- **Торгівлі:** продаж сувенірів, товарів народних промислів.
- **Бізнес-послуги:** організація конференцій, семінарів, послуги перекладача.



SPA і Wellness послуги

«Wellness&SPA» – це оздоровчий комплекс процедур з використанням морської, термальної, мінеральної або прісної води, морських водоростей, лікувальних рослин і багнюк, програм водолікування, фітнесу, дієт, програм регенерації та омолодження шкіри.

- Послуги бані, сауни, парових ванн, біосауни, льодяних гrotів.
- Послуги купання (різновиди ванн і басейнів).
- Фітнес-послуги (кардіотренування, вправи на розтягнення м'язів, йога, пілатес).
- Класичні масажні та косметичні процедури (масаж тіла, вакуумний, підводний масажі, манікюр, педикюр).
- Антистресові програми (релаксаційна музика, ароматерапія, медитація).
- Експрес SPA послуги для швидкої релаксації.
- Програми SPA харчування, розроблені з урахуванням індивідуальних потреб.



Ознаки концепції	Характеристика ознак
Характеристика місця розташування	
Країна (місце) розташування	
Адміністративний вид території	
Адреса розташування готелю	
Система проживання і харчування	
Тип підприємства	
Категорія	
Кадровий склад	
Система управління	
Стиль управління	
Цільовий сегмент споживачів	
Спосіб організації та взаємозв'язку всіх груп приміщень	
Характеристика основних конкурентів	
Кількість та характеристика основних конкурентів	
Асортиментна політика	
Цінова політика	
Рекламна політика	
Конкурентні переваги проектного закладу готельно-ресторанного господарства	
Характеристика цільової аудиторії (контингенту споживачів)	
Стать	
Вік	
Рід занять	
Інтереси	
Мета подорожі	
Концептуальне рішення закладу	
Логотип	
Тематичне спрямування	
Фірмова кольорова гама	
Загальні вимоги до архітектури готельної будівлі	
Загальні вимоги до дизайну ландшафту	
Загальні вимоги до кольорового і декоративного оздобленням стін, стелі та підлоги	
Вимоги до бажаної атмосфери	

Розміщення					
Тип засобу розміщення					
Призначення					
Рівень комфорту					
Місткість					
Дизайнерський стиль					
Категорія номерів	Стандарт	Дуплекс	Люкс	Апартамент	
Кількість номерів					
Харчування					
Тип закладів	Ресторан	Лобі-бар		Панорамний бар	
Організація харчування					
Кількість місць					
Режим роботи					
Форма обслуговування					
Дизайнерський стиль					
Бізнес-послуги					
Тип	Конференц-зал	Зал для нарад		Бізнес центр	
Режим роботи					
Дизайнерський стиль					
Побутове обслуговування					
Тип	Солярій, салон краси	Пральня, хімчистка			
Режим роботи					
Дизайнерський стиль					
Культурно-дозвіллеві послуги					
Тип			Режим роботи		
	по днях		по годинах		
Інтерактивна бібліотека					
Рекреаційні послуги					
Тип	Режим роботи				
	Басейн	Тренажерна зала	SPA - центр		
Режим роботи					
Торгівля					
Тип	Призначення	Режим роботи			
		по днях		по годинах	
Магазин-бутік	Реалізація сувенірів				

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (чинний від 01.07.2004).
2. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (чинний від 01.07.2004).
3. Климчук А.О., Левицька І.В., Тарасюк Г.М. Проектування підприємств готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник [Електронне видання]. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2023. 302 с.
https://library.ztu.edu.ua/page_lib.php

Відповіді на запитання



Дякуємо за увагу!