

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Методичні вказівки

з дидактичним забезпеченням до практичних занять

з дисципліни

ВСТУП ДО ГОСТИННОСТІ

*(для студентів 1 курсу денної форми навчання
напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»)*

Методичні вказівки з дидактичним забезпеченням до практичних занять з дисципліни «Вступ до гостинності» (для студентів 1 курсу денної форми навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент») / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; уклад.: О. М. Кравець. – Харків: ХНАМГ, 2012. – 34 с.

Укладач О. М. Кравець

Рецензент: проф., докт. екон. наук І. М. Писаревський

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства,
протокол № 3 від «26» жовтня 2010 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	5
Практичне заняття 1	5
Практичне заняття 2	6
Практичне заняття 3	6
Практичне заняття 4	7
Практичне заняття 5	9
Практичне заняття 6	10
Практичне заняття 7	11
Практичне заняття 8	11
Практичне заняття 9	12
2. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ	14
3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ	15
4. ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ	19
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
ДОДАТОК А «Кейс I «Вибір типу ресторану для розвитку курорту»	25
Питання для обговорення до кейсу I	29
ДОДАТОК Б «Кейс II «Вибір стратегії перепозиціювання на ринку готельних послуг»	30
Питання для обговорення до кейсу II	33

ВСТУП

Індустрія гостинності охоплює туризм, готельний і ресторанний бізнес, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад тощо.

Програма вивчення дисципліни «Вступ до гостинності» складена відповідно до місця й значення дисципліни за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-кваліфікаційною програмою підготовки бакалаврів відповідно до освітньо-кваліфікаційних вимог й охоплює всі змістові модулі, визначені анотацією для мінімальної кількості годин.

Дисципліна «Вступ до гостинності» вихідна й передує вивченню дисциплін професійного блоку.

Робочою програмою дисципліни передбачене проведення практичних занять.

Практичне заняття – форма навчального заняття, спрямована на формування системи практичних знань з проблем розвитку та сучасного стану індустрії гостинності, знайомство з професійною термінологією.

У межах дисципліни «Вступ до гостинності» з метою опанування студентами навчальних елементів змістового модулю практичні заняття проводяться за окремо взятими темами або (у деяких випадках) питаннями. У процесі проведення практичного заняття студенти самостійно або в малих групах (за попереднього пояснення викладача) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації чи ділові ігри. Наприкінці заняття з метою виявлення ступеня засвоєння матеріалу викладач проводить перевірку роботи, яку виконували студенти, і підбиває підсумки, виставляючи відповідні оцінки залежно від результатів виконаної роботи.

1. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

МОДУЛЬ 1. ВСТУП ДО ГОСТИННОСТІ

Змістовий модуль (ЗМ) 1.1. Туристська діяльність

Практичне заняття 1

Тема: вступне заняття. Значення, мета вивчення, задачі, проблематика дисципліни. Порядок вивчення дисципліни «Вступ до гостинності» і контролю знань студентів.

Мета заняття: ознайомлення зі структурою навчальної дисципліни, її місцем у структурно-логічній схемі підготовки фахівця, метою, предметом і завданням вивчення дисципліни; системою поточного та підсумкового контролю знань студентів.

Зміст заняття

1. Значення, мета вивчення, завдання, проблематика дисципліни.
2. Порядок вивчення дисципліни та контролю знань студентів.
3. Вимоги до виконання підсумкової контрольної роботи.
4. Проведення навчальної екскурсії ХНАМГ.

Завдання

1. Самостійне вивчення Закону України «Про внесення змін у Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 - IV.
2. Складання глосарію за ЗМ 1.1.

Запитання для самоконтролю:

1. Визначення терміна «туризм».
2. Назвіть міжнародні туристські організації.
3. Наведіть державні органи, що регулюють діяльність туристських організацій в Україні.
4. Які етапи можна виділити у становленні туризму?
5. Охарактеризуйте основні етапи становлення туризму.
6. У чому полягає економічний вплив туризму? Що таке «ефект мультиплікатора»?
3. Що спонукує людей подорожувати? Назвіть причини.

Рекомендовані джерела: основні [1 – 3; 14 – 19]; додаткові [24; 26; 28].

Практичне заняття 2

Тема: види віз.

Мета заняття: ознайомлення з порядком виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України; вивчення основних видів віз і запрошень.

Зміст заняття:

1. Порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України.
2. Види віз та запрошень.
3. Захист глосарію за ЗМ 1.1.
4. Проведення поточного контролю знань студентів (тестування) за ЗМ1.1.

Завдання:

1. Самостійне вивчення Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19.
2. Складання глосарію за ЗМ 1.2. Готельний і ресторанний бізнес (Частина 1).

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні нормативно-правові документи, що регулюють туристську діяльність на міжнародному рівні.
2. Наведіть основні нормативно-правові документи, що регулюють туристську діяльність в Україні.

Рекомендовані джерела: основні [1 – 4; 7 – 14; 17], додаткові [28].

ЗМ 1.2. Готельний та ресторанний бізнес

Практичне заняття 3

Тема: класифікація засобів розміщення у світі.

Мета заняття: ознайомлення з основними системами класифікації засобів розміщення у світі.

Зміст заняття

1. Регулювання роботи засобів розміщення в Україні.
2. Національні системи класифікації:
 - 2.1 Французька національна класифікація.
 - 2.2 Індійська національна класифікація.

3. Класифікація засобів розміщення у світі:
 - 3.1 Система «корон» або «ключів».
 - 3.2 Система «букв».
 - 3.3 Система розрядів.
4. Захист глосарію за ЗМ 1.2 (Частина 1).
5. Проведення навчальної екскурсії навчально-тренінговим центром готельного господарства ХНАМГ «Готель «Освіта».

Завдання

1. Самостійне вивчення ДСТУ 4268:2003 Національного стандарту України «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», ДСТУ 4269:2003 Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів».
2. Складання глосарію за ЗМ 1.1. Готельний і ресторанний бізнес (Частина 2).

Запитання для самоконтролю

1. Поясніть походження англійського терміна «hospitality».
2. Охарактеризуйте розвиток індустрії гостинності.
3. Які цінності, визначені індустрією гостинності ще в Середні віки, актуальні й сьогодні?
4. Поясніть, наскільки змінився соціальний статус господаря готелю (ресторану) з часів Давнього Риму і як це пов'язано з еволюцією індустрії гостинності.
5. У чому полягає сутність сучасної гостинності?
6. Назвіть основні системи класифікації засобів розміщення.

Рекомендовані джерела: основні [5 – 6; 14 – 18], додаткові [24 – 25; 33].

Практичне заняття 4

Тема: організація діяльності засобів розміщення. Основні служби готельного підприємства.

Мета заняття: ознайомлення з основними вимогами організації діяльності засобів розміщення в Україні, набуття навичок визначення категорійності засобів розміщення.

Зміст заняття

1. Ознайомлення з основними положеннями ДСТУ 4268:2003, ДСТУ 4269:2003.
2. Вивчення основних служб готельного підприємства.
3. Кейс I «Вибір типу ресторану для розвитку курорту» (кейс наведено в Додатку А).
4. Захист контрольних робіт.

Завдання

Користуючись ДСТУ 4269:2003 Національного стандарту України «Послуги туристичні. Класифікація готелів», визначити категорію готелів за нижчеподаними умовами.

Задача 1

Готель має загальну площу двомісного номера 14 м², окремий від службового вхід, автостоянку з охороною, цілодобовий підйом і спуск на ліфті, двері з внутрішнім запобіжником. Освітлення: від стельового світильника, приліжкового світильника, настільної лампи; телефонний апарат в апартаментах у кожній кімнаті. Оснащеність меблями: односпальне ліжко – 90х200 см, двоспальне – 160х190 см. Телефонний зв'язок: прямий телефон з міською, міжміською, міжнародною мережею (пряма в 100 % номерів). Санвузол – у 100 % номерів.

Задача 2

Персонал готелю вільно володіє однією з іноземних мов. Номера готелю оснащені: двоспальними ліжками розміром 160х200 см, килимами або килимовим покриттям підлоги, кріслом для відпочинку на кожного гостя, рекламними матеріалами, халатом банним, капцями банними. У готелі є плавальний басейн і сауна, приміщення для переговорів, комп'ютери, телефакс.

Задача 3

Готель має окремий від службового вхід для гостей, цілодобовий підйом і спуск на ліфті, двері та замки з внутрішнім запобіжником, холодильник у багатокімнатних номерах. Готель пропонує наступні послуги: щоденне

прибирання номера покоївкою; зміна постільної білизни один раз на три дні; надання праски, гладильної дошки; зміна рушників один раз на три дні. У готелі є приміщення для перегляду телепередач, внутрішній телефонний зв'язок у 100 % номерів, санвузол, розташований не менше ніж у 50 % номерів.

Запитання для самоконтролю

1. Що таке франчайзинг? Назвіть провідні готельні ланцюги світу.
2. Наведіть основні служби готелю.
3. Назвіть переваги використання в готельному бізнесі АСУ. Назвіть основні міжнародні системи резервування.

Рекомендовані джерела: основні [5 – 6; 14 – 18], додаткові [24 – 25; 33].

Практичне заняття 5

Тема: основні показники, що характеризують діяльність готелю.

Мета заняття: набуття навичок розрахунку показників ефективної діяльності готелю.

Зміст заняття

1. Основні показники діяльності готелю.
2. Розрахунок показників ефективної діяльності готелів.
3. Захист глосарію зі ЗМ 1.2. Частина 2.
4. Захист контрольних робіт.

Завдання

Задача 1

Номерний фонд курортного готелю складає 430 номерів. У сезон (травень-вересень) заселені в середньому 410 номерів, добовий дохід складає 61500,0 грн., в інший час (жовтень-квітень) заселені в середньому 230 номерів, що приносить добовий дохід у сумі 25300,0 грн. Еталонна ціна за номер – 160,0 грн. Розрахувати наступні показники роботи готелю в сезон, не сезон, за рік:

- відсоток заповнюваності;
- середньодобову вартість (ціну) номера;
- відсоток потенційного доходу з готельних номерів;
- процентний дохід.

Задача 2

Зобразити графічно структуру номерного фонду готелю в динаміці.
Кількість номерів у готелі наведена в табл. 1.

Таблиця 1 – Кількість номерів у готелі

Номер	2008	2009	2010
Усього	94	94	92
1-кімн. 1-містний	40	40	36
1-кімн. 2-містний	40	42	42
1-кімн. 3-містний	8	6	6
1-кімн. 4-містний	4	4	4
2-кімн. 2-містний	2	2	4

Рекомендовані джерела: основні [5 – 6; 14 – 18], додаткові [24 – 25; 33].

Практичне заняття 6

Тема: барний бізнес як складник індустрії гостинності (HoReCa).

Мета заняття: ознайомитися зі специфікою організації барів у складі ресторанного бізнесу.

Зміст заняття

1. Бари: поняття, класифікація, місце в індустрії гостинності.
2. Основні напої, які реалізуються барами (кавові напої; змішані напої (класифікація коктейлів); чаї).
3. Проведення поточного контролю знань студентів (тестування) за ЗМ 1.2.

Запитання для самоконтролю

1. Що мають на увазі під терміном «район обслуговування» стосовно ресторанного бізнесу, і чому для ресторану важлива орієнтація на конкретний ринок? Які критерії необхідно враховувати при виборі місцезнаходження ресторану?
2. Які існують типи меню?
3. Які умови харчування зазвичай передбачаються при організації обслуговування в ресторанах (кафе) готельних комплексів?
4. Назвіть основні системи обслуговування залежно від того, чи входить вартість харчування з розміщенням у готельний тариф.
5. Поясніть значення поняття «коди харчування».

6. Які розрізняють види сніданків?
7. Наведіть основні методи обслуговування в ресторанах.
8. Поясніть призначення суггестивних рекомендацій при обслуговуванні.
Які навички суггестивного сервісу характерні для гідного офіціанта?
9. Охарактеризуйте основні види барів.
10. Наведіть основні напої, які готують на основі кави.

Рекомендовані джерела: основні [5 – 6; 14 – 18], додаткові [24 – 25; 33].

ЗМ 1.3. Основи менеджменту та маркетингу в індустрії гостинності

Практичне заняття 7

Тема: Загальні вимоги до сучасного менеджера туріндустрії.

Мета заняття: побудування типової моделі якостей сучасного менеджера туристської індустрії.

Зміст заняття

1. Загальна характеристика сучасного менеджера в туристській індустрії: професійно-кваліфікаційні вимоги й організаторські якості.
2. Особливості спеціальності «менеджер».
3. Захист контрольних робіт.

Запитання для самоконтролю

1. Подайте визначення поняттю «менеджмент».
2. Наведіть основні завдання менеджменту.
3. Наведіть ролі, що може виконувати менеджер в туристській організації.

Завдання:

Побудувати типову модель якостей сучасного менеджера туріндустрії.

Рекомендовані джерела: основні [14 – 18]; додаткові [20; 22 – 23; 25; 27; 33 – 34].

Практичне заняття 8

Тема: основні принципи менеджменту туріндустрії Особливості маркетингу в сфері послуг.

Мета заняття: вивчення основних принципів менеджменту тур індустрії й ознайомлення з особливостями маркетингу в сфері послуг.

Зміст заняття

1. Поняття «принципи менеджменту» в туридустрії. Назвіть основні принципи менеджменту.
2. Кейс II «Вибір стратегії перепозиціювання на ринку готельних послуг» (Додаток Б).
3. Захист контрольних робіт.

Завдання

1. Зробити порівняльну характеристику принципів менеджменту А. Файоля і Г. Емерсона.
2. Проаналізувати життєвий цикл туристського продукту.

Запитання для самоконтролю

1. Подайте визначення поняття «принципи управління». Хто вперше увів термін «принципи управління»?
2. Які основні групи функцій управління виділяють у менеджменті гостинності? Які функції менеджменту є взаємозалежними між собою?
3. Охарактеризуйте основні функції менеджменту?
4. Подайте визначення поняття «управлінське рішення». Назвіть основні стадії процесу прийняття рішень.
5. Наведіть основні види управлінських рішень.
6. Подайте визначення поняття «маркетинг» та «маркетинг-мікс»?
7. Визначте поняття «реклама», наведіть основні види туристської реклами.
8. Які етапи виділяють у плануванні рекламної діяльності турпідприємства?

Рекомендовані джерела: основні [14 – 18]; додаткові [20; 22 – 23; 25; 27; 33 – 34].

Практичне заняття 9

Тема: вимоги до працівників індустрії гостинності.

Мета заняття: ознайомлення з загальними вимогами до персоналу підприємств туристської індустрії.

Зміст заняття

1. Вимоги до працівників індустрії гостинності.
2. Зовнішній вигляд і культура мови персоналу.
3. Поняття про систему оцінки задоволеності клієнта.
4. Загальні правила спілкування персоналу з клієнтами.
5. Рекомендації для успішної роботи персоналу готелю.
6. Проведення поточного контролю знань студентів (тестування) за ЗМ 1.3.

Запитання для самоконтролю

1. Хто такий менеджер?
2. Які параметри включає модель «менеджера»?
3. Якими якостями повинен володіти менеджер в індустрії гостинності?
4. Подайте визначення поняття «лідерство».
5. Назвіть ознаки, що характеризують менеджера-лідера.
6. У чому полягає розходження між менеджером і лідером?
7. Які рекомендації можете надати майбутньому лідерові в індустрії гостинності?

Рекомендовані джерела: основні [14 – 18]; додаткові [20 – 22; 26-27; 33 – 34].

2. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

Із метою активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів при викладанні дисципліни «Вступ до гостинності» до сучасних навчальних технологій, що використовуються під час проведення практичних (семінарських) занять, віднесено:

- роботу в малих групах;
- семінари-дискусії;
- кейс-метод.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створити можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечити формування особистісних якостей і досвіду соціального спілкування.

Після висвітлення проблеми (за використання проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (за використання міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 чоловік і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо певної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють уміння формулювати думки й висловлювати їх, учать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу.

Робочою програмою дисципліни «Вступ до гостинності» передбачено використання двох кейс-методів:

1. Кейс I «Вибір типу ресторану для розвитку курорту» (кейс наведено в Додатку А).
2. Кейс II «Вибір стратегії перепозиціювання на ринку готельних послуг» (Додаток Б).

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання знань, умінь і навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка й оцінювання знань студентів може проводитися в наступних формах:

- оцінювання роботи студента під час практичних занять;
- написання та захист глосарію;
- оцінювання виконання та презентації індивідуального завдання (контрольної роботи);
- складання проміжного контролю знань за змістовими модулями (тестування);
- складання заліку.

Структура засобів контролю з дисципліни наведена в табл. 2.

Таблиця 2 – Структура засобів контролю з навчальної дисципліни

Види та засоби контролю	Розподіл балів, %
МОДУЛЬ 1. Поточний контроль за змістовими модулями	
ЗМ 1.1. Готельний і ресторанний бізнес <i>Тестування</i>	20
ЗМ 1.2. Туристська діяльність <i>Тестування</i>	20
ЗМ 1.3. Основи менеджменту та маркетингу в індустрії гостинності <i>Тестування</i>	20
<i>Участь у навчальних екскурсіях</i>	10
<i>Написання та презентація контрольної роботи</i>	20
<i>Складання глосарію</i>	10
Усього за Модулем 1	100

Поточне оцінювання знань студентів здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірити рівень підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- 1) активність і результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;

- 2) складання глосарію;
- 3) виконання індивідуальної контрольної роботи;
- 4) складання проміжного контролю за змістовими модулями.

Оцінювання проводиться за 4-бальною шкалою за наступними критеріями:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

2) ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;

3) ознайомлення з рекомендованими джерелами, а також із сучасними джерелами з питань, що розглядаються;

4) уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків, при виконанні завдань, винесених на самостійне опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Оцінка «відмінно» ставиться за умови відповідності виконаного завдання студентом або його усної відповіді усім п'яти зазначених критеріїв.

Написання та захист глосарію має на меті ознайомлення студента з професійною туристською термінологією. Критеріями оцінювання виступають:

1) оформлення глосарію за змістовими модулями; 2) опрацювання нормативних документів, що регулюють туристську діяльність; 3) рівень засвоєння та оперування термінологічним апаратом.

Оцінювання виконання та презентації індивідуального завдання (контрольної роботи) оцінюється за наступними критеріями:

1) самостійність виконання;

2) логічність і послідовність викладення матеріалу;

3) повнота розкриття теми (проблемної ситуації, аналітичної частини);

4) обґрунтованість висновків;

5) використання статистичної інформації, додаткових літературних джерел, ресурсів мережі Internet;

6) наявність конкретних пропозицій;

7) якість оформлення;

8) презентація контрольної роботи.

При оцінюванні практичних завдань увага приділяється також їх якості та самостійності, своєчасності подання виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу).

Проміжний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного змістового модуля та вміння застосовувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді тестування.

Відповідно до програми навчальної дисципліни на тестування проводиться на останньому практичному занятті за кожним змістовим модулем. Загальна тривалість тестів із Модулю 1 «Вступ до гостинності» – 1,5 години (по 0,5 години на виконання одного тесту за одним змістовим модулем). Поточне тестування за кожним змістовим модулем складається з 20 тестів. Одна вірна відповідь на кожен з тестів дорівнює 1 балу. Бланк для проведення тестування з дисципліни «Вступ до гостинності» наведено в Додатку В.

Тестове завдання містить запитання одиничного і множинного вибору різного рівня складності. Для оцінювання рівня відповідей студентів на тестові завдання використовуються наступні критерії оцінювання (табл. 3).

Тести для проміжного контролю обираються з загального переліку за відповідними змістовими модулями.

Таблиця 3 – Шкала перерахунку оцінок результатів поточного тестування за змістовими модулями

Оцінка за національною шкалою	Визначення назви за шкалою ECTS	ECTS оцінка	Кількість набраних балів
ВІДМІННО	<i>Відмінно</i> – відмінне виконання лише з незначними помилками	A	19 – 20
ДОБРЕ	<i>Дуже добре</i> – вище середнього рівня з кількома помилками	B	17 – 18
	<i>Добре</i> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	C	15 – 16
ЗАДОВІЛЬНО	<i>Задовільно</i> – непогано, але зі значною кількістю недоліків	D	13 – 14
	<i>Достатньо</i> – виконання задовольняє мінімальні критерії	E	9 – 12
НЕЗАДОВІЛЬНО	<i>Незадовільно*</i> – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти тест	FX	6 – 8
	<i>Незадовільно</i> – необхідна серйозна подальша робота з повторним вивченням змістового модуля	F	0 – 5

Підсумковий контроль – залік, загальна тривалість якого – 1 година. До складання заліку допускаються студенти, що мають задовільну кількість балів зі складених тестів із основних навчальних елементів змістових модулів, участі в навчальних екскурсіях, передбачених програмою дисципліни, написання та презентації контрольної роботи, складання глосарію.

Відповідно до набраних студентом балів за Модулем 1 оцінка знання матеріалу проводиться за 4-бальною системою та перераховується в систему оцінювання за шкалою ECTS згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів (табл. 4).

Таблиця 4 – Шкала перерахунку оцінок результатів навчання в різних системах оцінювання

Система оцінювання	Шкала оцінювання						
Внутрішній вузівський рейтинг, %	100-91	90-71		70-51		50-0	
<i>I</i>	2	3		4		5	
Національна 4-бальна і в системі ECTS	5 <i>відмінно</i> <i>A</i>	4 <i>добре</i> <i>B, C</i>		3 <i>задовільно</i> <i>D, E</i>		2 <i>незадовільно</i> <i>FX, F</i>	
Внутрішній вузівський рейтинг у системі ECTS, %	100-91	90-81	80-71	70-61	60-51	50-26	25-0
Національна 7-бальна і в системі ECTS	<i>відмінно</i> <i>A</i>	<i>дуже добре</i> <i>B</i>	<i>добре</i> <i>C</i>	<i>задовільно</i> <i>D</i>	<i>достатньо</i> <i>E</i>	<i>незадовільно*</i> <i>FX*</i>	<i>незадовільно</i> <i>F**</i>
ECTS, % студентів	<i>A</i> <i>10</i>	<i>B</i> <i>25</i>	<i>C</i> <i>30</i>	<i>D</i> <i>25</i>	<i>E</i> <i>10</i>	<i>FX*</i>	<i>F**</i>
	<i>Не враховується</i>						

* з можливістю повторного складання.

** з обов'язковим повторним курсом

4. ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Поняття, предмет, об'єкт гостинності.
2. Сутність індустрії гостинності.
3. Еволюція індустрії гостинності. Давній світ: Греція й Рим.
4. Еволюція індустрії гостинності. XVIII століття: Новий світ.
5. Еволюція індустрії гостинності: Французька революція.
6. Еволюція індустрії гостинності: XIX століття.
7. Еволюція індустрії гостинності: XX століття.
8. П'ять епох туризму.
9. Поняття «туризм» і «турист».
10. Поняття «турагент» і «туроператор».
11. Поняття «тур продукт».
12. Основні міжнародні нормативно-правові акти в галузі туризму.

13. Основні державні нормативно-правові акти в галузі туризму.
14. Система франчайзинг.
15. Види віз і запрошень.
16. Ключові фігури туристської діяльності.
17. Класифікація засобів розміщення у світі.
18. Класифікація засобів розміщення в Україні.
19. Класифікація готельних номерів.
20. Загальні вимоги до засобів розміщення різних категорій.
21. Організація й управлінська структура готелю.
22. Основні функції та служби готелю.
23. Роль служби анімації в організації відпочинку гостей.
24. Основні показники, що характеризують роботу готелю.
25. Соціальний і культурний вплив туризму.
26. Економічний вплив туризму.
27. Класифікація підприємств ресторанного господарства.
28. Класифікація барів.
29. Види діяльності ресторанів: фронт-хаус і бек-хаус.
30. Типи ресторанного обслуговування.
31. Загальна характеристика сучасного менеджера туристської індустрії.
32. Сутність категорій «управління» й «менеджмент».
33. Основні принципи менеджменту гостинності.
34. Основні функції менеджменту гостинності.
35. Особливості процесу управління в туристській індустрії: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, мінливість, стійкість.
36. Поняття «маркетинг» в індустрії туризму й гостинності.
37. Характерні особливості послуг в індустрії гостинності.
38. Класифікація видів туристської реклами.
39. Порівняльна характеристика менеджера та лідера.
40. Вплив «людського» фактору на роботу підприємств індустрії гостинності.
41. Система мотивації персоналу в готельному бізнесі.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативно-правові акти

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/doc.aspx?id=209>.
2. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки: постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 р. № 583 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zota.org.ua/publ/3-1-0-47>.
3. Основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 р.: указ Президента України від 10.08.1999 р. № 973/99 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/583-2002-%D0%BF>.
4. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: постанова Кабінету Міністрів України від 27.01.1995 р. № 57 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>.
5. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. – Чинний від 2004-07-01 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kurort-service.com/uploads/assets/file/per.pdf>.
6. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. – Чинний від 2004-01-01 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr-hotels.com/files/File/4269-2003.pdf>.
7. Гагская декларация по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kaztour-association.com/plan/Gaagskaya%20deklaracia.doc.
8. Глобальный этический кодекс туризма: резолюция Генеральной ассамблеи ВТО от 01.09.1999г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/tourism.pdf.
9. Кодекс туриста: резолюция I VI сессии Генеральной ассамблеи ВТО от 22.09.1985 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.keyb.ru/info/269>.

10. Манильская декларация по мировому туризму: Всемирная Конференция по туризму от 27.09. – 10.10.1980 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_33268.html.

11. Устав Всемирной туристской организации (ВТО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.profsporttur.ru/docs2/d_02.php.

12. Хартия туризма резолюция I VI сессии Генеральной ассамблеи ВТО от 22.09.1985 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.terralegis.org/terra/act/b471.html>.

Основні джерела

13. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство / Джон Р. Уокер; пер. с англ. [В. Н. Егорова]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 596 с.

14. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристский бизнес / Ю. Ф. Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 352 с.

15. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – СПб.: Герда, 2004. – 448 с.

16. Организация туризма: учебн. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др. / под общ. ред. Н. И. Кабушкина и др. – Мн.: Новое знание, 2003. – 632 с.

17. Чудновский А. Д. Туризм, гостеприимство, сервис / А. Д. Чудновский. – М.: Тандем, ЭКСМОС 2000. – 400 с.

18. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Вступ до гостинності» та виконання контрольної роботи (для студентів I курсу денної форми навчання напряму підготовки 0502 «Менеджмент»). Укл. Нохріна Л. А., Кравець О. М. – Харків: ХНАМГ, 2007. – 36 с.

Додаткові джерела

19. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – К.: АЛЬТЕРПРЕС, 2004. – 288 с.

20. Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник / С. І. Байлик, О. М. Кравець. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 198 с.
21. Егоршин А. П. Управление персоналом: учебник для вузов / А. П. Егоршин. – 5-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород: НИМБ, 2005. – 720 с.
22. Жолдак В. И. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т.2 :Социально-педагогические основы: учебник / В. И.Жолдак. – М.: Советский спорт, 2002. – 184 с.
23. История туризма: учебн. пособие / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Х.: ХНАГХ, 2005. – 312 с.
24. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – 3-е изд., перер. и доп. – Мн.: Новое знание, 2002. – 368с.
25. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж.Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
26. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посібник / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
27. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ, ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
28. Романов А. А. Зарубежное туристское страноведение: учебн. пособие / А. А. Романов. – М.: Советский спорт, 2001. – 288 с.
29. Сапожникова Е. Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран / Е. Н. Сапожникова. - М.: ИЦ «Академия», 2005. – 240 с.
30. Страны мира: Энцикл. справ./ Под ред. С.А. Семеницкого. – Мн.: Миринда; Родиола-плюс, 2000. – 624с.
31. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / под ред. Воронковой Л. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
32. Уокер Дж. Р. Управление гостеприимством. / Джон Р. Уокер; пер. с англ. [В. Н. Егорова]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.
33. Шегда А. В. Основы менеджмента / А. В. Шегда. – К.: Товариство «Знання», 2004. – 311с.

Ресурси мережі Internet

34. Офіційний сервер Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
35. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua>.
36. Офіційний сайт Державної туристичної Адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>.
37. Официальный сайт компании «Ресторатор Украина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.restorator.com.ua/rus/index.html>.
38. Всероссийская библиотека отчетов по туризму [Электронный ресурс]. <http://www.tourism.ru> – сайт з інформацією про країнознавство.
39. Сайт о карликовых странах Европы и мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.karliki.ru/>.
40. Страноведческий портал мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strani.ru/>.
41. Информационно-туристский портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://worlds.ru/countries/>.
42. Всё о странах и туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kapitan.ru/strany/>.
43. Путешествия@mail.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://travel.mail.ru/place/>.
44. Лучшие отели мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.top-hotels.ru/>.
45. VirtualTourist [Electronic resource]. – Regime of access: <http://http://www.virtualtourist.com/>.

КЕЙС І

«ВИБІР ТИПУ РЕСТОРАНУ ДЛЯ РОЗВИТКУ КУОРТУ»

Курорт Coconut Plantation Resort

Керівництво компанією Blackfield Hawaii Corporation при ухваленні рішення про найбільш сприятливий тип ресторану для розвитку курорту Coconut Plantation Resort стикнулося з низкою проблем. Новий ресторан повинен стати додатковим до вже наявних. Крім того, він не повинен повторювати типи аналогічних закладів, розташованих поблизу в курортній зоні. Планувалося, що в новому ресторані буде 150 – 200 посадкових місць, і він розташовуватиметься між готелями першої лінії, кварталами житлових будинків та основним шосе.

Точки зору стосовно типу нового ресторану серед учасників обговорення розділилися. Усі пропозиції передавалися Бобу Куперу, віце-президентові з розвитку, і включали:

- родинний ресторан із помірними цінами, у якому пропонувалися б сніданки, обіди, вечери;
- ресторан класу «люкс»;
- ресторан швидкого харчування;
- ресторан для ланчей та обідів на основі стейків або відбивних,
- спеціалізовані типи ресторанів – тематичні, наприклад, італійські.

Опис курорту Coconut Plantation Resort

Курорт Coconut Plantation Resort розташований на східному березі острова Кауай, осторонь від шосе № 56, менш ніж за дві милі від самого великого острова Капаа і приблизно за вісім миль від Ліхуе. Компанія Blackfield Hawaii Corporation спеціалізується на будівництві комерційних і житлових будинків. Компанія не хоче займатися операційними питаннями й експлуатувати зведені нею споруди, а воліє будувати для інших структур, яким вона здає їх в оренду і які ними керують. Курортний комплекс займає 90 акрів землі і має власний пляж. На 50 акрах побудовані готелі. Це Holiday Inn –

311 номерів, Kauai Beach Boy – 243 номери, Islander Inn – 200 номерів.

Частина території, що залишилася, призначена для житлових будинків, торговельного центру Market Place, двох додаткових готелів і незалежного ресторану, про який саме йде мова.

Кондомініуми й готелі за планом повинні мати наступні структурні елементи:

➤ готелі:

- Travelodge – 350 – 400 номерів;
- Hawaiian Pacific Resort – 297 номерів;

➤ кондомініуми:

- першої черги (50 % – з однією спальнею, 50% – з двома) – 180 квартир;
- другої черги (100 % з однією спальнею) – 180 квартир.

Торговельний центр Market Place цілком завершений і наразі вже діє. У ньому безліч роздрібних магазинчиків, оформлених у полінезійському стилі, де продаються ювелірні вироби, предмети з обробленої слонової кістки, предмети народного мистецтва, сувеніри, різні продукти харчування й інші товари, привабливі для туристів.

Ресторани, розташовані на курорті Coconut Plantation Resort

На курорті Coconut Plantation Resort є кілька ресторанів. Вони розташовані як у готелях, так і по сусідству з ними або біля торгового центру. У кожному з трьох готелів є ресторан, а в кожному з двох нових готелів він передбачений. У торговельному центрі і поруч з ним розташовані кілька ресторанів:

- швидкого харчування – кафе-морозиво, мексиканський ресторан, китайський ресторан, кафе (спеціалізація – гамбургери);
- інші типи – пропонують стейки, рибу, відбивні, Buzz's Steakhouse, J.J.'s Boiler Room.

За винятком ресторанів швидкого харчування і J.J.'s Boiler Room, усі готельні ресторани й незалежні ресторани пропонують харчування три рази на

день. Попит на сніданок швидше за все вже сягнув свого піку. У зв'язку з цим Buzz's Steakhouse вирішив відмовитися від сніданків, а інші ресторани, такі, як Holiday Inn і Spindrifter, – збільшили тривалість сніданку, щоб він захоплював частину ланча. Holiday Inn останнім часом запропонував нову послугу – полуденний буфет для груп японських туристів.

Усі ресторани діють на основі концепції обмеженого меню і пропонують різні види стейків і відбивних, морські продукти в обмеженому асортименті тощо. Створюється уява, що на курорті Coconut Plantation Resort особливої розмаїтості в ресторанах зі столами не спостерігається. Усі заклади, за виключенням Kauai Beach Boy, – філії мережевих структур, у яких обмежений асортимент меню – основа стандартизації й ефективності.

Опис Кауаї

Острів Кауаї розташований у північній частині ланцюга Гавайських островів, що у 20 хв польоту від Гонолулу. Завдяки достатковій кількості листя і прекрасним тропічним рослинам він відомий як острів-сад. На острові майже ідеальний клімат. Норма річних опадів у різних частинах острова неоднакова. Так, Вайаліль – наймокріше місце у США з рекордним рівнем опадів у 486 дюймів на рік, а всього на відстані 20 миль від нього, у Кекахе, річний рівень – 20 дюймів, у Лихуе – 40 дюймів на рік. Велика їх частина випадає в період з жовтня по квітень, а січень – найдошовіший місяць.

Туризм на Кауаї

Кауаї зазвичай розглядався як останній із найвідвідуваніших туристами островів через унікальну красу й полінезійську атмосферу. Острів також є популярним місцем для проведення уїк-ендів або коротких відпусток жителями Гонолулу. Серед тих, хто відвідує острів, 55 % – люди, які подорожують самостійно, інші – у складі груп.

У кожному з готелів курорту є принаймні один ресторан, у якому обслуговування здійснюється за столами. Усі вони пропонують триразове харчування. Розмаїтість і якість їжі та послуг нагадує харчування та послуги на Coconut Plantation Resort. Зазвичай всі ці курорти оформлені в національному

полінезійському стилі і пропонують аналогічні блюда в ресторанах.

Найближчий до Coconut Plantation Resort – курорт Coco Palms Resort, що має 416 номерів. Він розташований південніше на 2 милі. Coco Palms був побудований серед столітніх кокосових пальм у місці, де в минулому королі Кауаї вершили свій суд. Загальний декоративний стиль Coco Palms – полінезійський: котеджі з очеретяними дахами, палаючі смолоскипи, барабани, каное й інші атрибути, типові для південних широт Тихого океану. У Coco Palms є ресторан, що називається Coconut Palace. Автори статей про індустрію подорожей часто згадують про цей ресторан, називаючи його не інакше, як „заклад, що одержує нагороди”. У ньому можна спробувати екзотичні полінезійські блюда, наприклад, *kupa bei maka* (суп із зеленої папайї).

Купівельні звички жителів кондомініумів

При відкритті нового ресторану варто врахувати можливість його відвідування людьми, які живуть у кондомініумах. Дослідження, проведене Школою менеджменту в індустрії туризму при університеті Hawaіі, показало, що жителі кондомініумів рідше відвідують ресторани, ніж люди, які зупинилися в готелях. Там також було доведено, що чим довше люди живуть у кондомініумах, тим менше вони витрачають на ресторани. Звичайно, вони харчуються в ресторанах тільки раз на день.

Питання для обговорення кейсу I

1. Яка додаткова інформація необхідна для вибору типу нового ресторану?
2. Які критерії слід враховувати під час розробки концепції нового ресторану?
3. Які можливі ринкові сектори користуватимуться послугами ресторану Coconut Plantation Resort?
4. Яку маркетингову стратегію слід обрати до відкриття ресторану?
5. Який вплив мають купівельні звички туристів на діяльність закладів громадського харчування?
6. Які пропозиції Ви можете надати щодо вдосконалення роботи ресторану на курорті?
7. Який тип ресторану Ви обрали би для курорту Coconut Plantation Resort?

КЕЙС II

**«ВИБІР СТРАТЕГІЇ ПЕРЕПОЗИЦІОНУВАННЯ
НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ»***Готель Solitaire Lodge з Нової Зеландії Комета Галлея*

«Комета Галлея – велика подія! Важко відшукати іншу, подібну до неї подію, навколо якої можна побудувати програму просування готелю на привабливому американському ринку!» – саме про це міркував Рег Тернер, працелюбний власник Solitaire Lodge, переповнений ентузіазму. Попередні заявки закривали всі шість номерів його готелю на наступні шість місяців, але на наступний період замовлень поки було мало.

Місце розміщення й опис Solitaire Lodge

Готель розташований у прекрасному місці поруч зі спокійним і чудесним озером Таравера у 15 км від Роторуа, Нова Зеландія. Роторуа – сама по собі велика туристська принада для туристів як із самої Нової Зеландії, так і з інших країн. Щодня на аеродромі міста здійснюють посадку рейсові літаки з Окленда і з аеропорту Christchurch International. Щоб дістатися до озера Таравера, можна скористатися дорогою, побудованою на місці колишньої стежки і минаючої між місцевими туристськими визначними пам'ятками – Блакитним і Сірим озерами. Пройшовши повз селище Берид Віллідж, дорога далі – близько 7 км – до Таравера йде через зарості чагарнику.

Озеро непостійне: воно то спокійне, то містичне і тривожне. Туристи, що прибувають на озеро, на початку часто говорять про присутність у цих місцях жахливого містера Таравера, що часто напускає туман, який ховає його від сторонніх очей. Будинок готелю розташований наприкінці дороги – на мисі. До нього веде доріжка з кругляка, обрамлена листяними квітучими деревами й чагарником місцевого різновиду. Ближче до будинку гостей – великі металеві ворота. Якщо вони відкриті, можна під'їхати прямо до дверей старого котеджу, розташованого в центрі загального архітектурного ансамблю. Він служить загальною їдальнею і місцем спілкування гостей.

Розкіш та усамітненість

Якщо дивитися з боку котеджу, праворуч і ліворуч від нього розташовані номери – по три у кожному крилі. У кожному номері є все необхідне для проживання, а через їх високі (від полу до стелі) вікна відкривається прекрасний вид на озеро. Першою реакцією багатьох гостей, що прибувають у ці місця вперше, буває почуття благоговіння перед красою, що відкривається їх очам, і відчуженості від усього земного. Стіни кімнат оброблені деревом новозеландських порід, що створює в номерах атмосферу сільського зачарування. Розкішні меблі дуже зручні. Кожен номер складається зі спальні і ванної кімнати. Поруч із основним будинком розташоване невелике куполоподібне водоймище природного походження з гарячими джерелами, якими гості користуються як басейном.

Якщо відійти від будинку трохи убік, можна побачити прекрасно доглянуту доріжку, що веде до озера, до якого близько 100 м. По дорозі до води відкривається чудесна панорама околиць. Наприкінці доріжки виводить до сараю для човнів, що стоїть на невеликій галявині, і пристані. Якщо подивитися на Solitaire Lodge від озера, знизу нагору, то мимоволі відзначаєш цікавий профіль будинку. Його шестикутна форма органічно доповнює природні кути мису, на якому воно стоїть. Багато гостей із замилюванням говорять про повну гармонію будинку та місця.

Історія

Рег Тернер відвідав озеро Таравера незабаром після прибуття в Нову Зеландію з району Карибського моря. Народившись в Англії і здобувши там освіту, Рег навчився літати під час восьмирічної служби в Королівських повітряних силах. Рег прибув у Нову Зеландію, маючи в кишені 3 тис. дол. і мріючи, що він володітиме і керуватиме готельним будиночком для рибалок-аматорів. Випадковий візит на озеро Таравера зміцнив його бажання. За порадою агента з нерухомості, який повідомив йому про сприятливий котедж і землю, Рег позичив гроші і придбав місце, яке і стало потім Solitaire Lodge.

Один раз Рег приймав заможну американську пару, що відвідувала Нову

Зеландію, прибувши туди на круїзному кораблі Queen Elizabeth, на якому вони побачили брошуру про цей будиночок. Наприкінці свого візиту пара сказала Регу, що послуги занадто дешеві й пожертвувала йому 500 дол. для реставрації будинку. У цей момент Рег прийняв рішення відшукати кошти, щоб побудувати готель, орієнтований на заможних американців.

Коли Solitaire Lodge почав діяти, його послуги були орієнтовані на людей, що приїжджали ловити форель. Сезон рибного лову, за яким дозволяється ловити рибу, продовжується з 1 листопада по 30 червня. Крім риболовлі, гості гуляли околицями, а Рег супроводжував їх у якості екскурсовода. Кампанія просування будувалася на рекламуванні прекрасної риболовлі та професійних послуг, що надаються Тернером. Брошури з рекламою риболовлі, поширювалися в різних місцях, де було багато туристів і відпочивальників. Рег вирішив зробити своїм ринком іноземних туристів, що уже прибули до Роторуа і його околиць, а також жителів Нової Зеландії, що шукають місце для короткого відпочинку. Жодних суперників із аналогічними послугами поблизу нього не було. Так, готель Huka Lodge, який також орієнтується на заможних гостей, розташовувався на відстані 50 миль. Для Рега він став зразком, орієнтуючись на який він створював свій Solitaire Lodge в надії перевершити оригінал.

Діяльність Solitaire Lodge постійно активізувалася, щоправда, часом досить сумбурно. Із метою просування свого готелю Тернер з'їздив у США, де взяв участь у зборах аматорів лову форелі на наживку. Там він виступив із пропозицією організувати польоти зі США до Нової Зеландії тих, хто хоче добре половити форель. Однак, його поїздка виявилася невдалою. Проте він довідався, що ті, хто бажають ловити на наживку, воліють ловити рибу з берега озера або ріки. Крім того, перебуваючи у США, Тернер зрозумів, що в американців інші уявлення про будинок для рибалки, ніж у нього. Американські аматори лову очікують від житла не розкоші, а спартанської обстановки.

Зміна характеру продукту

Тернер зрозумів, він бажає, щоб його готель був привабливим для американського ринку, послуги необхідно змінити. Він вирішив використовувати американську концепцію «сільського готелю» – частини будинку для гостей у сільській місцевості, у яких пропонується «відпочити від усього». Щоб краще познайомитися з цим підходом, Тернер подорожував США, відвідавши своїх колишніх клієнтів, їх друзів і деяких агентів з організації поїздок у Лос-Анджелесі та Нью-Йорку. Основою просування його готелю стало гасло «Приїздіть і відпочиньте в сільському готелі в Новій Зеландії». Однак тільки через неформальну думку його новий бізнес зростав досить повільно. Врахувавши це, Тернер поставив рекламні щити уздовж дороги між Роторуа й озером Таравера, і кількість клієнтів зростає.

Вибух інтересу

Вибух інтересу до Solitaire Lodge відбувся після того, як про нього з'явилася стаття в журналі Jetaway, що видає й роздає в польоті авіакомпанія Air New Zealand. Рег побачив великі можливості подібних PR-просувань і спробував познайомитися ближче з авторами, що пишуть про індустрію подорожей як у Новій Зеландії, так і в США.

Ринок аматорів лову риби на наживку

У Новій Зеландії зусилля Рега у просуванні готелю були спрямовані на швидко зростаючий ринок аматорів лову риби на наживку, що забезпечував йому 200 замовлень на рік. Рег побачив привабливі перспективи на цьому ринку, однак, припинив виходити на нього через агентів із організації поїздок, бо зрозумів, що набагато ефективніше діяти за допомогою брошур, що розповсюджуються в компаніях із прокату автомобілів і пришляхових рекламних щитів.

Solitaire Lodge одержав велику популярність після відвідування його представником дуже престижного журналу Hideaway. Унаслідок цього відвідування з'явилася стаття, у якій розхвалювався Solitaire Lodge: сільський

відпочинок за дуже високої якості обслуговування. Тернер негайно підвищив ціни, але помітив, що кількість заявок одразу зросла порівняно з попереднім періодом, коли він користувався лише брошурами і пришляховими рекламними щитами.

Готель Рега тепер чітко позиціонувався як розкішне місце для відпочинку біля озера, до якого люди, що побували там, повертаються знову і знову. Тернер відзначив, що його місце стало користуватися попитом на проведення нарад представників невеликого бізнесу, які замовляли його на три дні. Тернер почав думати, якщо розширити цей напрямок бізнесу, Solitaire Lodge можна перетворити на невеликий, але національно значущий мініринок з'їздів і конференцій.

Для стимулювання попиту Тернер продовжував користуватися можливостями PR, виступаючи в шоу по радіо і даючи інтерв'ю авторам, що пишуть про туризм і відпочинок, – це допомагало підтримувати й усталювати імідж Solitaire Lodge і його власний – спортсмена, мисливця, людини, що живе на природі, гарного оповідача. Комета Галлея, якою він скористався з успіхом для себе, ще більше розпекла його амбіції і змусила подумати про велику кампанію просування. Результатом цього стало чергове підвищення цін у його готелі.

Питання для обговорення до кейсу II

1. Як Ви прокоментуєте стратегію перепозиціювання, якою скористався власник готелю?
2. На вашу думку, що було головним для успіху Solitaire Lodge: реклама, PR, перепозиціювання чи якісь інші фактори?
3. Які PR-акції Ви могли б запропонувати для просування готелю на ринку туристських послуг?
4. Які рекомендації Ви можете надати власнику готелю з приводу залучення гостей?
5. Які додаткові послуги може надавати готель із метою підвищення попиту?
6. Який вплив відіграє концепція готелю в його подальшій діяльності?

Навчальне видання

Методичні вказівки з дидактичним забезпеченням до практичних занять
з дисципліни «**Вступ до гостинності**» (для студентів 1 курсу
денної форми навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»)

Укладач **КРАВЕЦЬ** Ольга Миколаївна

Відповідальний за випуск *Л. В. Оболенцева*

Редактор *К. В. Дюкар*

Комп'ютерне верстання *К. А. Алексанян*

План 2010, поз. 546М (додатково)

Підп. до друку 29.10.2010р.
Друк на різнографі
Тираж 10 пр.

Формат 60 x 84/16
Ум. друк. арк. 1,5
Зам. № _____

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4064 від 12.05.2011 р.