

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Миколаївський національний аграрний університет

Кафедра готельно-ресторанної справи та
організації бізнесу

Організація готельного господарства
конспект лекцій

для здобувачів вищої освіти ОКР «Бакалавр»
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
ОПП «Готельно-ресторанна справа»

Миколаїв
2022

УДК 338.488.2:640.4
О-64

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту
Миколаївського національного аграрного університету від 21 вересня 2022 р.,
протокол № 1

Укладач:

О. В. Величко – кандидат економічних наук, доцент, Миколаївський національний
аграрний університет.

Рецензенти:

В.Осецька

Керуюча готелем «Reikartz Рівер Миколаїв»

О.М.Вишневська

д-р екон. наук, професор, декан обліково-фінансового
факультету, Миколаївський національний аграрний
університет

© Миколаївський національний
аграрний університет, 2022

Зміст

		Стор.
	Вступ	4
	Структурно-логічна схема вивчення дисципліни	7
ТЕМА 1.	Сутність послуг гостинності в готельному господарстві	8
ТЕМА 2.	Еволюція основних форм підприємств індустрії гостинності	19
ТЕМА 3.	Типізація та класифікація підприємств готельного господарства	25
ТЕМА 4.	Характеристика приміщень готельних підприємств	33
ТЕМА 5.	Організація приміщень житлової групи. Класифікація готельних номерів.	36
ТЕМА 6.	Організація нежитлових приміщень готельного господарства.	45
ТЕМА 7.	Теоретичні основи сервісної діяльності	56
ТЕМА 8.	Організація роботи служби прийому та розміщення	66
ТЕМА 9.	Організація та технологія бронювання послуг	77
ТЕМА 10.	Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування	81
ТЕМА 11.	Організація служби безпеки в готелі	94
ТЕМА 12.	Характеристика основних типів підприємств ресторанного господарства при готелях	101
ТЕМА 13.	Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі	113
ТЕМА 14.	Анімаційні послуги в готелях	117
ТЕМА 15.	Економічні аспекти функціонування готельних підприємств	121
	Список рекомендованих джерел	129

ВСТУП

Готельна сфера є ключовою та найбільш капіталомісткою ланкою інфраструктури туризму, відображає рівень рекреаційно-туристичної освоєності території, позитивна динаміка розвитку підприємств даного сектору здійснює мультиплікативний вплив на низку інших галузей господарства та туристичний комплекс країни в цілому.

Готельний сектор має виключно важливе значення для розвитку українського туризму та національної економіки. Становлення України як сучасної європейської держави, її інтеграція у світову економіку у тому числі пов'язані з здатністю підприємств галузі забезпечити високий рівень якості та комфорту, задовольнити найрізноманітніші запити відвідувачів. Нині ринок готельних послуг в Україні доволі диверсифікований і представлений різноманітними типами та видами підприємств розміщення – від вищої категорії до бюджетного варіанта, від міжнародних брендів до закладів з виключно місцевою специфікою. Втім, подальша модернізація багатьох об'єктів готельного господарства, підвищення якості та запровадження міжнародних стандартів обслуговування все ще залишаються серед першочергових завдань реформування галузі.

Успішний розвиток підприємств індустрії гостинності безпосередньо пов'язаний з підготовкою кваліфікованих фахівців та навчально-методичним забезпеченням цього процесу.

Програма дисципліни «Організація готельного господарства» передбачає системне викладання теорії і практики раціональної організації та ефективного управління готельним бізнесом в умовах ринкової економіки. Найважливіше завдання дисципліни полягає у сприянні персоналу готельного бізнесу та туристичної галузі в організації діяльності та оперативній адаптації її відповідно до змін факторів зовнішнього середовища.

Мета курсу є формування теоретичних знань і практичних навиків щодо основ організації готельного господарства як складової індустрії гостинності.

Завдання курсу: «Організація готельного господарства» є реалізація змісту освіти відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності «Готельно-ресторанна справа» першого освітнього рівня вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» у засвоєнні здобувачами вищої освіти обсягу знань, необхідних у подальшій професійній діяльності, набутті навичок самостійної, творчої роботи, а також у сприйнятті ними готельного господарства, як невід'ємної частини сфери туризму.

У результаті вивчення дисципліни «Організація готельного господарства» студенти повинні оволодіти такими компетентностями:

Інтегральна компетентність

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов..

Загальні компетентності

- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність працювати в команді.
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності

- Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.
- Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.
- Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.
- Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації

на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

- Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

- Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

Програмні результати навчання:

- Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;

- Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

- Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

- Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

- Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

- Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

- Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

- Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

- Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

- Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості

«Організація готельного господарства» є нормативною навчальною дисципліною для здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою бакалавра з галузі знань "Сфера обслуговування". Програму навчальної дисципліни розроблено у відповідності до вимог освітньо-професійної програми підготовки бакалавра.

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Модуль		Змістовий модуль		Обсяги годин					
№	назва	№	назва	ЛЗ	ПЗ	СМ	Разом		
1.	Організація готельного господарства	ЗМ 1.	<i>Основи організації підприємств готельного господарства</i>	14	14	28	56		
		1.1.	Сутність послуг гостинності в готельному господарстві	2	2	4	8		
		1.2.	Еволюція основних форм підприємств індустрії гостинності	2	2	4	8		
		1.3	Типізація та класифікація підприємств готельного господарства	2	2	4	8		
		1.4.	Характеристика приміщень готельних підприємств	2	2	4	8		
		1.5	Організація приміщень житлової групи. Класифікація готельних номерів.	2	2	4	8		
		1.6	Організація нежитлових приміщень готельного господарства.	2	2	4	8		
		1.7	Теоретичні основи сервісної діяльності	2	2	4	8		
		ЗМ 2.	Організація та технологія обслуговування в готелі	16	16	32	64		
		2.1	Організація роботи служби прийому та розміщення	2	2	4	8		
		2.2.	Організація та технологія бронювання послуг	2	2	4	8		
		2.3	Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування	2	2	4	8		
		2.4	Організація служби безпеки в готелі	2	2	4	8		
		2.5	Характеристика основних типів підприємств ресторанного господарства при готелях	2	2	4	8		
		2.6	Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі	2	2	4	8		
		2.7	Анімаційні послуги в готелях	2	2	4	8		
		2.8	Економічні аспекти функціонування готельних підприємств	2	2	4	8		
		Всього годин по навчальній дисципліні				30	30	60	120

ЗМ 1. Основи організації підприємств готельного господарства

Лекція 1. СУТНІСТЬ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

План лекції

- 1.1 Гостинність як соціально-культурне та економічне явище
- 1.2 Готель та готельні послуги: сутність поняття, види та особливості
- 1.3 Готельний продукт як комплекс послуг
- 1.4 Нормативно-правове регулювання готельної індустрії в Україні

господарства. Гостинність – одна з найважливіших складових людської цивілізації, яка зазнавала певних трансформацій та набувала нових ознак на різних етапах культурно-історичного розвитку. У процесі таких перетворень формувалася сам концепт та філософія гостинності як складного та змістовного явища.

Думки дослідників щодо походження терміна «гостинність» розділилися. Одні вважають, що він є похідним латинського слова «hospitium», яке має декілька значень:

1) «стародавня греко-римська концепція гостинності як божественне право гостя та божественні обов'язки господаря»;

2) «гостьовий будинок, в якому приймали мандрівників».

Інші вважають, що етимологія слова має давньофранцузькі корні – «хоспис» (hospice – будинок для прочан), тобто місце, в якому подорожні можуть отримати дах і їжу.

В узагальненому підході гостинність характеризується двома ознаками – привітністю і умінням пригостити гостей. Інколи термін «гостинність» використовують у побутовому значенні як особливий вид привітності, хлібосольства господаря під час прийому гостей. Отже, носіями гостинності є населення країни, яке приймає гостей.



Рис. 1.1. Структура індустрії гостинності

На сучасному етапі поняття «гостинність» має високу соціальну значущість і відіграє важливу роль в міжкультурному спілкуванні.

Спорідненою з поняттям гостинності є сучасна духовно-практична категорія «індустрія гостинності». Природа індустрії гостинності складна і має комплексний характер, вона припускає наявність різних типів прояву уваги до гостей і сукупність численних способів справлятися з різними професійними завданнями та ситуаціями.

На думку Дж. Дітмера і Дж. Гріффіна, в структуру індустрії гостинності входять гостинність як така, а також подорожжі туризм (рис. 1.2).

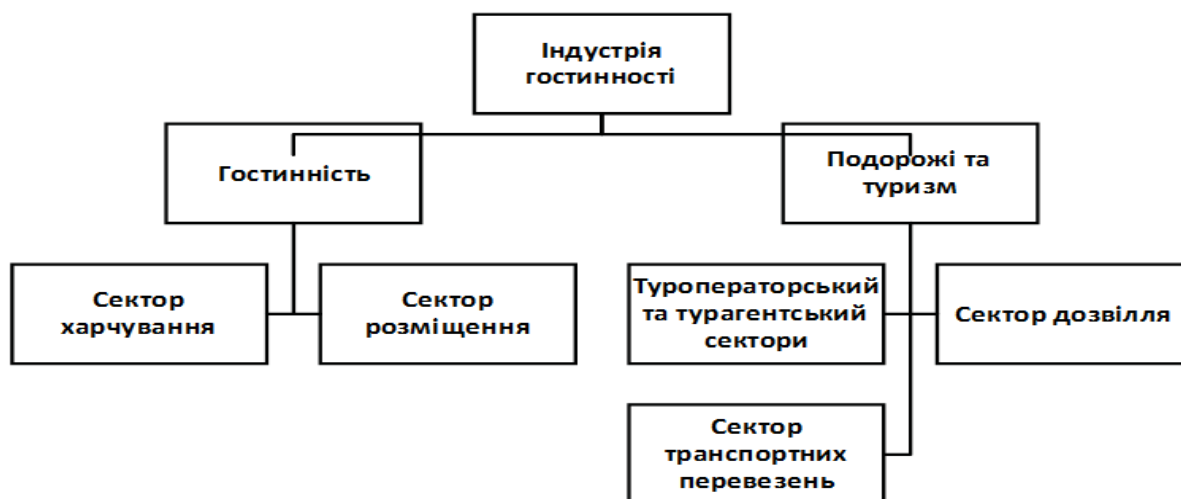


Рис. 1.2. Структура індустрії гостинності за Дж. Діттмером та Дж. Гріффіном

Принцип гостинності вважається універсальним, але його практична реалізація істотно відрізняється у різних народів, що пов'язане з особливостями їх цивілізаційної моделі, історичного досвіду, географічного положення, соціально-економічних і політичних трансформацій. Дотримуючись підприємницько-економічного підходу до розуміння поняття «гостинність», у міжнародній практиці сформувалися 3 основні регіональні моделі гостинності.

1. *Європейська модель*, яка характерна для найбільш розвинутого готельного ринку Центральної і Західної Європи, орієнтована на підтримку високої репутації закладу за рахунок прагнення до індивідуалізації підходу до клієнта.

Європейська гостинність характеризується наступними ознаками: диверсифікація пропозицій європейського ринку послуг розміщення; соціальна розшарованість; порівняно низька місткість номерного фонду; прагнення до популярності завдяки високоякісному сервісу; традиційність і міжособистісний контакт при обслуговуванні клієнтів, навіть в умовах автоматизації процесів; вишуканість і стильність інтер'єрів; тяжіння до розміщення в історичних центрах міст або поблизу популярних атракцій.

2. *Азіатська модель* різко протиставляється європейській, проте в чистому вигляді такий тип обслуговування реалізується досить рідко, зазвичай у значних центрах міжнародного туризму мусульманських і деяких далекосхідних держав.

Основні характеристики готелів азіатської моделі: високий рівень місткості; значна площа житлових та нежитлових приміщень; різноманітність інфраструктури; яскраво виражене багатство як інтер'єрів, так і екстер'єру готелів; відносна цінова доступність

3. *Американська модель* гостинності поєднує риси як європейської, так і азіатської моделі. Так, у центрах найбільших американських міст поширені готелі класу «люкс», що відповідають вимогам типових європейських готелів (стиль, невеликі розміри, індивідуальне обслуговування). З іншого боку, основні курорти і туристичні центри країни забудовані готелями, зовні та внутрішньо нагадують азіатські (велика місткість, розкіш, величезна розвинена інфраструктура).

Деякі науковці виділяють східно-європейську модель гостинності, яка за своєю суттю нагадує американську, але реалізується в основному в країнах пострадянського простору. Проте сучасний процес глобалізації приводить до розмивання понять моделей готельної індустрії.

Таким чином, при дослідженні явища «гостинність» робиться наголос, з одного боку, на властивість характеру та поведінки людини як носія гостинності, з іншого боку – розглядається як складна система підприємницької діяльності, яка пов'язана з обслуговуванням осіб, які знаходяться за межами їх постійного проживання, тобто гостинність виступає найважливішою складовою соціокультурного сервісу.

1.1. Готель та готельні послуги: сутність понять, види та особливості

Підприємства готельного господарства представляють матеріальну основу туристичної галузі і несуть в собі величезний потенціал для сталого доходу в державний бюджет. Ефективний розвиток підприємств готельного господарства є стратегічно важливим напрямком для туризму.

Відповідно до Закону України «Про туризм»,

готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням.

Загально розповсюдженим є визначення поняття «готель» як підприємства, яке надає комплекс послуг (головні з яких – проживання та харчування) особам, які знаходяться поза місцем їх постійного проживання.

ЮНВТО також розробила визначення поняття «готель», але воно має рекомендаційний характер. Так, *готель* – це класичний тип підприємств розміщення, який регулярно або епізодично надає туристам місця для ночівлі та якому властиві специфічні ознаки:

- номерний фонд, який перевищує певний мінімум;
- перелік обов'язкових послуг прибирання номерів і санвузлів, щоденне впорядкування ліжка, обслуговування в номерах;
- визначений асортимент додаткових послуг.

Економічна суть готельного господарства полягає в нематеріальному характері його діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не «готовий продукт», а пропозиція особливого виду послуг.

Єдине універсальне поняття «послуги» в економічній і правовій доктрині не склалося. Одним з найбільш універсальних є визначення послуги як діяльності, направленої на задоволення потреби через надання (виробництво) відповідно до цієї потреби благ.

Статтею 1 Закону України «Про туризм» визначається, що

готельна послуга – це дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Послуги розміщення є системоутворюючим елементом індустрії туризму, що дає підставу стверджувати – саме послуги мають здатність генерувати мультиплікативний ефект впливу на суміжні галузі національної економіки. Це підтверджують дані про те, що до 68% всіх доходів від туризму і до 65% всіх зайнятих у світовій індустрії туризму припадає на сферу розміщення.

Виходячи з визначення готельної послуги, можна стверджувати, що зміст послуги розміщення має двоїстий характер:

- надання спеціального приміщення (готельного номера) для задоволення потреб;
- надання послуг, що виконуються безпосередньо персоналом готелю (прибирання, оформлення клієнта, харчування тощо).

У пункті 1.3 «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» зазначається, що готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, які надаються споживачу відповідно до категорії готелю.

Основні послуги – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включаються до ціни номера (місця) і надаються споживачу згідно з укладеним договором. Це можуть бути послуги з розміщення в номері; видачі і заміни постільної білизни; надання рушників і засобів особистої гігієни; харчування тощо.

Додаткові послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

До найбільш поширених послуг вказаного виду відносять: екскурсійне обслуговування; замовлення послуг гідів-перекладачів; організація продажу квитків на всі види транспорту; організація продажу квитків в театри, цирк, на концерти і т.д.; замовлення автотранспорту

за заявкою гостей; виклик таксі; прокат автомобілів; замовлення місць в ресторанах міста; покупка і доставка квітів; продаж сувенірів, листівок та іншої друкарської продукції; ремонт взуття; ремонт і прасування одягу; прання і хімчистка одягу; користування сауною; послуги перукарні; послуги буфетів, барів і ресторанів; оренда конференц-залу, залів переговорів; послуги бізнес-центру та ін.

Класифікацію додаткових готельних послуг за різними ознаками наведено в таблиці 1.1.

Класифікація додаткових готельних послуг

Класифікаційна ознака	Групи додаткових послуг
Задоволення попиту	<ul style="list-style-type: none"> - послуги для полегшення та підвищення комфортності перебування клієнта в готелі та оточуючій місцевості в районі (інформаційні, комунально-побутові, посередницькі, автотранспортні, продаж товарів, друкованих видань, сувенірів, прокат спортивного, пляжного інвентарю, комп'ютерного обладнання, автомобілів, зберігання кореспонденції, цінних речей); - послуги, які збагачують знання клієнтів про регіон, країну перебування (організація екскурсій, тематичних зустрічей, святкування національних свят); - послуги, які підвищують рівень комфорту перебування в номерах (надання додаткового устаткування, room service); - послуги, які задовольняють особливі вимоги клієнтів (надання послуг перекладача, персонального екскурсовода, секретаря, користування музичними інструментами)
За метою задоволення потреб	<ul style="list-style-type: none"> - послуги харчування; - послуги побутового характеру; інші послуги (культурного і спортивно-оздоровчого характеру, послуги зв'язку та інформації, транспортні, торгові, медичні, банківські та ін.)
За частотою попиту	<ul style="list-style-type: none"> - стандартні послуги (присутні у будь-якому готелі не залежно від його категорії та його цільового призначення); - послуги розширеного попиту (залежать від призначення готелю); - унікальні (характерні для конкретного готелю і зазвичай є частиною політики готельної концептуалізації)
За економічною ознакою	<ul style="list-style-type: none"> - безкоштовні (передбачені «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг»); - платні; компліментарні (використовуються готелем для виявлення гостю підвищеної уваги і надаються з метою рекламування готелю, утримання гостя серед постійних клієнтів)
За формою організації надання послуг	<ul style="list-style-type: none"> - послуги, які надаються безпосередньо готелем або туристичним комплексом; - послуги підприємств, які орендують приміщення і площі в готелі; - послуги підприємств, які надаються ними на основі договору, укладеного з готелем

За ступенем залучення персоналу до процесу обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> - послуги, які надаються на основі самообслуговування (здійснюються у кімнаті побутового обслуговування: прасувальна дошка, галантерейна фурнітура, праска); - послуги, які надаються автоматично (автоматизовані камери схову; автомати для продажу газет, листівок, напоїв і кондитерських виробів, для приготування кави та інших гарячих напоїв, соків; автоматичне чищення взуття тощо); - послуги, які надаються власне працівниками готелю і підприємствами, які входять в готельний комплекс
---	--

За «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг: виклик швидкої допомоги; доставка в номер кореспонденції; побудка у визначений час; надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю. Кожне готельне підприємство окрім того, що намагається надавати послуги на високоякісному рівні, також для якнайбільшого задоволення сучасних потреб клієнтів намагається розширити перелік безкоштовних послуг.

В залежності від категорії готелю перелік основних та додаткових послуг може змінюватись. Сучасні готелі все частіше обирають комплексну реалізацію послуг, пропонуючи гостям як спеціально сформовані пакети додаткових послуг, так і цілі програми обслуговування, які включають як основну, так і додаткові послуги

Готельна послуга має ряд характерних особливостей, що відрізняють її від освітніх, медичних або інших послуг (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Особливості готельної послуги

1. *Невідчутність, нематеріальність послуг:* до них неможливо доторкнутися, спробувати, відчутти. Вони існують тільки в процесі надання та споживання, тому при реалізації готельних послуг виникають певні труднощі. Оскільки послугу не можна оглянути перед споживанням, вона виступає як обіцянка, що припускає високий ступінь довіри до того, хто її надає. Маркетинг таких готельних послуг повинен здійснюватись за допомогою потужних наочних інструментів, які здатні впливати на вибір споживача, найрізноманітніших фактів матеріального характеру, які свідчать про якість нематеріальних послуг (створення яскравих сайтів готелів, 3D екскурсії приміщеннями готелю, активний випуск рекламно-інформаційної та сувенірної продукції, участь в

конкурсах та рейтингах, екстер'єр готелю та ін.). Необхідно зазначити, що така особливість вимагає застосування якісних показників при оцінці результату надання послуг.

2. *Обмежена можливість зберігання.* Послуги неможна накопичувати і зберігати. Наприклад, в готелі місткістю 150 номерів на певний день заповнюваність склала 50 номерів. Це в жодному разі не означає, що наступного дня готель має у своєму розпорядженні 250 номерів. Якщо послуга вчасної якісно не надана, то потенційний дохід готелю втрачається і не може бути заповнений. Щоденні втрати від вільних незаповнених номерів — це втрати підприємства, для зменшення яких готелі активно використовують різні види бронювання. Ця особливість вимагає активного використання різноманітних каналів дистрибуції (централізовані системи бронювання, туристичні агенції, офіси бронювання тощо).

3. *Одночасність процесів виробництва і споживання.* Невіддільність від джерела і об'єкта послуги. Надання послуги вимагає присутності і споживача, і виробника. Послуга не може мати готової, закінченої форми, вона формується в ході обслуговування при тісній взаємодії виконавця і споживача. Ця особливість обумовлює неможливість виправлення недоліків, допущених при виробництві послуг, до моменту їх споживання клієнтом.

4. *Мінливість якості.* Між попереднім описом послуг, що реалізуються, і послугами, що реально надаються згідно цьому опису, може виникати істотна різниця. Це пояснюється неможливістю до кінця стандартизувати або технологізувати послугу. Також послуги такого роду виробляються і споживаються одночасно, що обмежує можливості контролювати їх якість. Тимчасова нестійкість попиту робить проблематичним збереження якості обслуговування в періоди, коли попит стає підвищеним. Окрім того, якість послуг, що надаються, залежить від їх виконавця і від обстановки їх виконання. Кваліфікованість, настрої та інші чинники можуть впливати на якість виконання послуги. Адже один і той же виконавець може обслужити клієнта по-різному. Мінливість і коливання в якості готельних послуг виступають головними причинами незадоволеності та скарг, що надходять від клієнтів на адресу індустрії гостинності.

5. *Широка участь персоналу в технологічному циклі обслуговування.* Його поведінка контролюється стандартами обслуговування — комплексами обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які покликані гарантувати встановлений рівень якості всіх технологічних операцій. Саме активне залучення людського фактора забезпечує трансляцію концепту гостинності.

6. *Попит на готельні послуги мінливий, характеризується значними і складними коливаннями.* Попит має сезонний характер. Дуже яскраво сезонність виявляється в країнах зі змінним кліматом. Попит може змінюватися і кожного дня. Ця особливість вимагає від власників засобів розміщення розробки системи заходів зменшення амплітуди сезонних коливань: диверсифікація діяльності, розширення асортименту додаткових послуг, заохочення ділового туризму тощо.

7. *Терміновий характер готельних послуг.* Проблеми, що стосуються надання послуги, повинні вирішуватися швидко. Час надання ряду готельних послуг в сучасних готелях вимірюється секундами. Цікаво, що найшвидше обслуговування в світі надається готелями Токіо. У їхніх стандартах обслуговування час на оформлення при заїзді, оплаті і видачі ключів обмежено 45 секундами. У більшості інших готелів на ці операції відводиться 10—15 хвилин. Окрім того, ця особливість також проявляється в тому, що користування клієнтом готельною послугою обмежене в часі (існує часове вікно проживання, яке визначається датами заїзду та виїзду).

8. *Залежність об'єму продажів готельних послуг від ряду чинників, а саме:*

- діяльність туроператорів та турагентів, адже готельне господарство безпосередньо пов'язане з туристичною діяльністю, а послуги розміщення є одними з основоутворюючих елементів туристичного продукту;
- місцезнаходження готелю. Цей чинник є вагомим, адже наявність привабливого

навколишнього середовища та туристичних атракцій, розвиненість інфраструктури регіону впливає як на ціну самої готельної послуги, так і на вибір споживача;

- рівень сервісу характеризується якістю та повнотою послуг, що надаються, наявністю різних видів зручностей, фірмового стилю тощо;
- ціна, яка залишається потужним важелем пливучого попиту;
- зручність обслуговування, що виявляється у доступності та зрозумілості для клієнтів різновидів структурних підрозділів готелю: барів, ресторанів, спра-центрів та ін.;
- асортимент послуг. Для підтримки конкурентоспроможності готель повинен надавати широкий спектр послуг, які здатні задовольнити різноманітні потреби клієнтів;
- імідж готелю є агрегованим показником дії всіх факторів та слугує інструментом отримання стабільного прибутку.

Вказані особливості готельних послуг формують своєрідну сферу діяльності з їх виробництва та споживання та визначають особливий механізм функціонування суб'єктів готельного господарства.

1.2. Готельний продукт як комплекс послуг

В управлінні готелями широко використовується термін «готельний продукт», що дозволяє підкреслити комплексний характер готельної пропозиції.

Готельний продукт – сукупність матеріальних, технічних, людських, інформаційних, часових та інших чинників діяльності готелю з надання клієнтам благ, що мають певні споживчі властивості і здатні задовольняти їх потреби.

Готельний продукт – це результат взаємодії готельного бізнесу і клієнта, а також власної діяльності виконавця із задоволення потреби споживача. Він формується в ході обслуговування при тісній взаємодії обслуговуючого персоналу готелю та його гостя. Процеси створення й споживання готельного продукту відбуваються одночасно з моменту в'їзду в готельний комплекс і до моменту виїзду, протягом усього циклу обслуговування гість сприймає продукт як результат діяльності персоналу готелю.

Цей підхід прийнятний з погляду економічної теорії, де «продукт» визначається як «результат» людської праці, господарської діяльності, представлений в матеріально-речовій (матеріальна складова), духовній, інформаційній формі (нематеріальна складова) або у вигляді виконаних робіт і послуг (рис. 1.4).

Готельний продукт як результат праці відображає якість або суть конкретних або абстрактних речей. Він складається з багатьох компонентів, які можуть бути як відчутними, так і невідчутними.

Готельний продукт завжди виступає комбінацією двох основних та водночас різнорізних факторів:

1. Матеріально-технічного чинника (будівля, номери, інтер'єр, технічне устаткування, меню в ресторані та ін.).
2. Людського чинника (ввічливість і привітність, професіоналізм обслуговування, швидкість вирішення проблем клієнта). Необхідно зазначити, що готельні продукти мають комплексний характер і складаються з необмеженої кількості різних послуг, що надаються різними сферами, утворюючи єдиний продукт у вигляді «пакету послуг», підібраних для клієнта залежно від рівня його потреб. Проте такий «пакет» не має матеріального втілення, і клієнт самостійно комбінує його складові. Тобто за своєю природою готельний продукт передбачає унікальність і різноманітність.

Готельному продукту, разом зі специфічними характеристиками послуг, властиві наступні особливості:

- індивідуальність послуги, оскільки навіть в умовах масової організації готельного продукту головною метою готельних підприємств є повне задоволення диференційованих потреб та запитів клієнтів;
- відмінність властивостей споживчої вартості готельних продуктів, оскільки при ухваленні рішення щодо покупки готельного продукту сам він ще не має чітких якісних характеристик, вони будуть виявлені лише при його реалізації;

- ситуаційність готельної послуги, що надається одноразово і змінює характеристики при повторному зверненні до послуги;
- утворення витрат споживачів, призначених для придбання готельного продукту, регулюється умовами країни постійного проживання, хоча сам процес споживання формується умовами країн тимчасового перебування або світовими цінами;
- невизначеність і суб'єктивність критеріїв якості готельного продукту, яка, крім прямих показників, залежить від ряду змінних (мода, стан здоров'я клієнта, відношення персоналу, соціальний статус клієнта);
- значний вплив на якість готельного продукту мають зовнішні чинники, що мають форс-мажорний характер, тобто не залежні від волі і дій виробників та споживачів.

До властивостей готельного продукту можна віднести:

- гостинність – включає гідність, пошану і люб'язність персоналу;
- обґрунтованість – надання всіх послуг повинне відповідати меті подорожі туриста;
- надійність – відповідність послуг, що фактично надаються туристові, рекламі, достовірність інформації;
- ефективність – досягнення найбільшого ефекту для туриста при мінімізації його витрат;
- цілісність – завершеність готельного продукту;
- ясність – споживання готельного продукту, його спрямованість повинні бути зрозумілі і туристові, і виробникові;
- простота в експлуатації – можливість легко виявляти помилки в технології обслуговування;
- гнучкість – готельний продукт повинен передбачати можливість заміни тих або інших послуг, щоб бути орієнтованим на різних споживачів;
- корисність – здатність слугувати досягненню будь-якої цілі, задовольняти потреби певної цільової групи споживачів. Структуру готельного продукту можна відобразити за допомогою різних структурних моделей.

I. Перша модель розглядає продукт як сукупність трьох взаємопов'язаних та послідовних елементів (рис. 1.5):

1) Основний готельний продукт – номери. Багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну, роботи гостей. Оскільки готельні номери використовуються гостями здебільшого у вечірній та нічний час, їх найважливішою функцією є забезпечення можливостей відпочинку. Значущість інших функцій залежить від призначення готелю і потреб гостей. Наприклад, у готелях ділового профілю важлива така функція номерів, як забезпечення гостю можливостей працювати, тобто необхідні письмовий стіл, телефон, факс, комп'ютер та ін.

2) Додаткові послуги – готельні послуги, необхідні для того, щоб використовувати основний продукт. Наприклад: бронювання номера, зона паркування, реєстрація, обслуговування багажу, обслуговування номерів, послуги закладів харчування, телефонний зв'язок, послуги пральні та хімчистки тощо.

Супутні готельні продукти – ті, що надають основному додаткову вигоду і допомагають відрізнити даний продукт від конкурентів. Такими можуть бути добре облаштований бізнес-центр, розкішний салон краси, оздоровчий центр, оглядовий майданчик, велика бібліотека та ін. Втім, на практиці, різниця між супутніми готельними послугами та додатковими у низці готелів стирається. Іноді супутній продукт в одному готелі є додатковим в іншому.

II. Готельний продукт має свою структуру, яка найчастіше оцінюється з точки зору виробників. Однак мало уваги приділяється проблемі структурування готельного продукту з точки зору споживачів. З такої точки зору структура продукту включає дві частини: ядро продукту – його функціональні властивості і характеристики, а також «фірмову оболонку» продукту, куди входять естетичні показники якості, показники комфортності, марка, гарантії, імідж (рис. 1.6). «Оболонка» цікавить туриста більшою мірою, оскільки він

виграє від її якості, саме «оболонка» забезпечує повне, завершене задоволення від готельної послуги.

III. Ще один розповсюджений підхід до визначення рівнів та структури готельного продукту з точки зору клієнтів готелів передбачає виокремлення родового продукту (ядро); очікуваного продукту; розширеного продукту, потенційного продукту (рис. 1.7).



Рис. 1.5. Структура готельного продукту

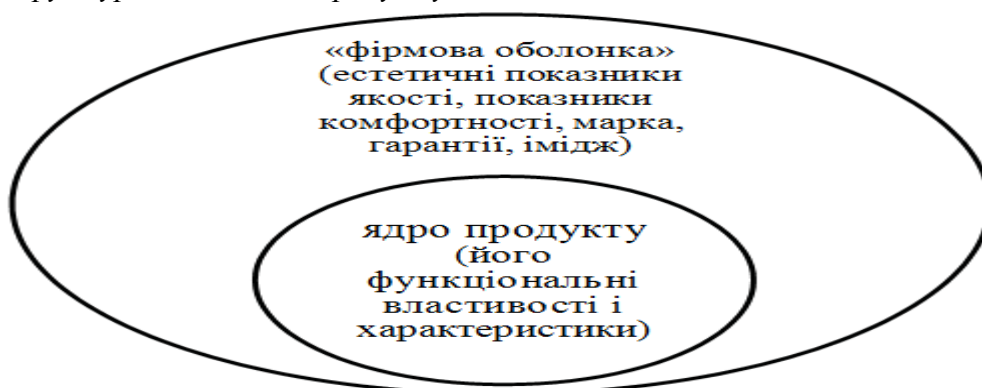


Рис. 1.6. Структура готельного продукту з точки зору споживачів

«Родовий продукт» (ядро) включає базові уміння і ресурси, необхідні для участі в ринковому процесі. Функціонально роль родового продукту виконує окремі готельні послуги.

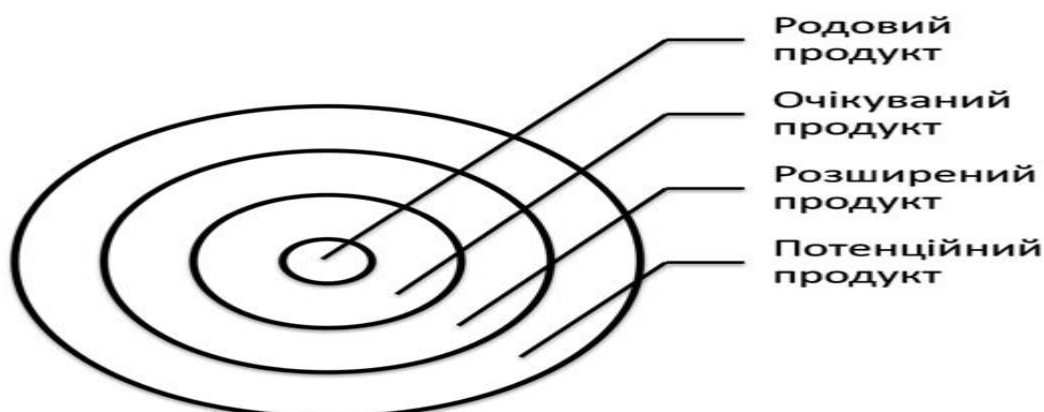


Рис. 1.7. Структура готельного продукту відповідно до очікування клієнтів

«Очікуваний продукт» використовується для позначення послуг, що задовольняють мінімальні очікування клієнтів. Він включає те, що неодмінно супроводжує родовий продукт: умови обслуговування, інтер'єр номерів, холів та інших приміщень, зовнішній вигляд персоналу, ціни, дотримання санітарно-гігієнічних вимог

тощо.

«Розширений продукт» формують ті додаткові переваги, пов'язані з його придбанням і споживанням, які відрізняють даний продукт від ринкових аналогів. Для готельного продукту як додаткові переваги найчастіше виступають елементи місцерозташування, які з часом перестають розглядатися як додаткові і стають частиною очікуваного продукту.

«Потенційний продукт» на відміну від розширеного продукту, який фіксує тільки те, що вже зроблено, містить все, щопотенційно досягне і реалізовується в перспективі для залучення і утримання гостей. Для утримання конкурентних позицій важливим є постійний пошук нової концепції обслуговування, вдосконалення сервісу, диверсифікація діяльності та послуг для максимального задоволення потреб клієнтів.

Отже, готельний продукт — поняття комплексне, його елементи взаємопов'язані та взаємодоповнюються, низька якість одного з них негативно впливає на всю пропозицію. Готельний продукт у кожному конкретному випадку має індивідуальний характер. Розуміння цього украй важливе при виявленні об'єктивних показників якості послуг, а також необхідне для ефективного виробництва готельних послуг. Крім того, широкий асортимент готельних продуктів сприяє збільшенню прямих і непрямих доходів готелю. Важливо пам'ятати, що при розробці готельних продуктів якість є первинною над кількістю.

1.3. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії в Україні

Метою правового регулювання діяльності з надання готельних послуг є створення сприятливих умов для підвищення якісних критеріїв функціонування засобів розміщення, адаптація їх до особливостей ринкової економіки та міжнародної конкуренції; формування основи для цивілізаційної організації готельного господарства за міжнародними стандартами галузі; захист прав та законних інтересів учасників індустрії гостинності тощо.

Правові основи функціонування підприємств готельного господарства України поширюються на елементи технології виробництва, організації та реалізації готельних послуг у площині:

- термінів і визначень, необхідних для взаєморозуміння однозначності сприйняття понять, що описують готельний продукт, та умови реалізації продукту;
- договірних відносин, якості та безпеки споживачів готельних послуг;
- класифікації типів підприємств готельного господарства і видів їх господарської діяльності;
- способів і методів формування, просування і реалізації готельного продукту;
- змісту та форми інформації про готельні продукти, що пропонуються підприємствами готельного господарства;
- стандартних вимог до форм документів і складу інформації в них.

До основної національної нормативно-правової бази, що регулює розвиток туризму та готельного господарства, доцільно віднести: Закон України «Про туризм», Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію», Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про стандартизацію», Наказ «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», ДСТУ 4269:2003. «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4268:2003 «Засоби розміщення. Загальні вимоги», ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» та ін.

Важливе значення для функціонування підприємств готельного господарства належить стандартизації та сертифікації готельних послуг.

Стандарт – це нормативний документ, розроблений на основі консенсусу та затверджений уповноваженим органом, що встановлює комплекс норм, правил, вимог, яким повинна відповідати певна продукція чи послуга.

Національна система стандартизації України вміщує різноманітні стандарти, в яких встановлені вимоги до конкретних об'єктів стандартизації. Види та категорії стандартів, залежно від об'єкта стандартизації, складу, змісту, сфери діяльності та призначення, представлені на рис. 1.8.

Державні стандарти України (ДСТУ) – це нормативні документи, які діють на території України і використовуються усіма підприємствами незалежно від форми власності та підпорядкування, громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності, міністерствами (відомствами), органами державної виконавчої влади, на діяльність яких поширюється дія стандартів.

Державні стандарти України містять обов'язкові та рекомендовані вимоги.

До обов'язкових належать:

- вимоги, що забезпечують безпечність продукції для життя, здоров'я, майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього природного середовища та вимоги методів випробувань цих показників;
- вимоги техніки безпеки та гігієни праці з посиланням на відповідні норми і правила;
- метрологічні норми, правила, вимоги та положення, що забезпечують достовірність і єдність вимірювань;
- положення, що забезпечують технічну єдність під час розроблення, виготовлення, експлуатації (застосування) продукції.

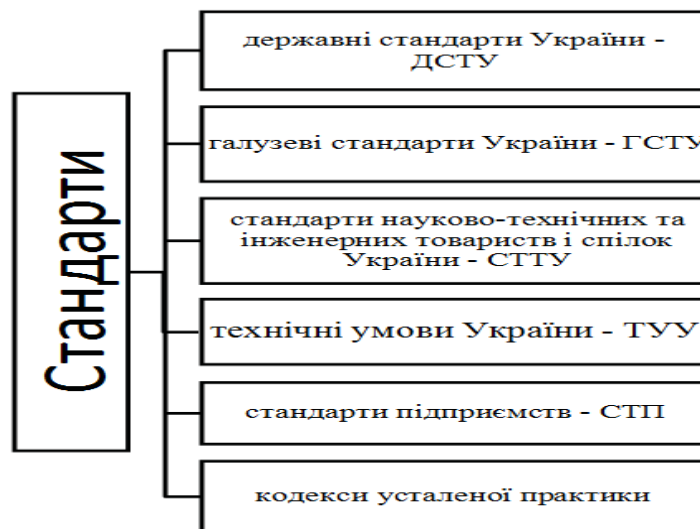


Рис. 1.8. Національна система стандартизації України

В готельному господарстві України діють наступні стандарти: ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4268:2003 «Засоби розміщування. Загальні вимоги», ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» та ін.

У сфері готельного господарства також застосовують і міждержавні стандарти. Так, згідно з міждержавним стандартом ISO 9000, для забезпечення якості послуг необхідна:

- відповідна матеріальна база готельного підприємства;
- кваліфікований персонал, який високопродуктивно виконує професійні обов'язки;
- раціонально обгрунтована організаційно-функціональна структура і чітке управління підприємством в цілому і управління якістю обслуговування зокрема тощо.

Стандарти ISO 9000 визначили єдиний міждержавний підхід до договірних умов з оцінки систем якості і одночасно регламентували відносини між готельним підприємством

і клієнтами. Норми міждержавного стандарту ISO 9000 забезпечують споживачу право активніше впливати на якість готельних послуг, забезпечують законодавчу базу, яка передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування.

На сучасному етапі здійснення готельної діяльності відповідно до міждержавних стандартів є запорукою успішного позиціонування готелів на міжнародному ринку готельних послуг.

Сертифікація – одна з форм підтвердження відповідності об'єктів вимогам технічних регламентів, положенням стандартів та умовам договорів.

Сертифікацію здійснюють з метою: створення умов для діяльності підприємств на вітчизняному ринку, а також для участі в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві; сприяння споживачам у компетентності щодо вибору продукції (послуг); захисту споживачів від неякісної продукції (послуг); контролю безпеки продукції (послуг) для навколишнього середовища, життя, здоров'я споживачів і їх майна; підтвердження показників якості продукції (послуг), заявлених виробником. Сертифікація може бути обов'язковою і добровільною.

Сертифікація послуг підприємств готельного господарства:

- диференціює засоби розміщення залежно від асортименту та якості наданих послуг;
- забезпечує споживача достовірною інформацією про те, що категорія засобу розміщення підтверджена результатами класифікації і відповідає категорії, що встановлена нормативними документами;
- забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- сприяє розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;
- зміцнює довіру споживачів до якості готельних послуг. Сертифікація готельних послуг в Україні є добровільною.

В Україні відповідно до статті 19 Закону України «Про туризм» № 324/95 фактично запроваджена обов'язкова категоризація готелів і забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії, на що було звернено увагу в листі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.11.2013 р. № 1462-07/06.

Категорії готелям встановлюються за результатами добровільної сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) щодо безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна й охорони навколишнього середовища.

Сертифікація проводиться в єдиній державній системі («УкрСЕПРО»).

Сертифікація послуг з розміщення в Системі УкрСЕПРО здійснюється на відповідність:

- Закону України «Про туризм»;
- Закону України «Про захист прав споживачів»;
- Закону України «Про підтвердження відповідності»;
- ДСТУ 4269-2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»;
- ДСТУ 4268-2003 «Засоби розміщування. Загальні вимоги»;
- ДСТУ 3957-2000 «Система сертифікації УкрСЕПРО. Порядок обстеження виробництва під час проведення сертифікації продукції»;
- ДСТУ 28681.2-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги»;
- ДБН В.2.2-20:2008 Державні будівельні норми «Будинки і споруди. Готелі»;
- ДСТУ Б.2.2-6-97 «Будинки і споруди. Методи вимірювання освітленості»;
- Правилам пожежної безпеки в Україні (Наказ МНС України від 19.10.2004 р. № 126);
- СанПіН 42-128-4690-88 Санітарних правил з охорони ґрунту від забруднень промисловими і побутовими відходами;
- Правилам користування готелями і аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг в Україні (Наказ Державної туристичної адміністрації України від

16.03.04 № 19).

Іншим нормативно-правовим документом, який забезпечує якісне функціонування готельної індустрії є «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», які затверджені Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 року № 19. Відповідно до Правил, готель повинен мати: внутрішні правила проживання в готелі; книгу відгуків і пропозицій; журнал реєстрації вступного інструктажу працівників з питань охорони праці та журнал реєстрації інструктажів з питань охорони праці.

Персонал, який бере безпосередню участь у прийманні та обслуговуванні споживачів, повинен мати відповідну професійну підготовку, володіти іноземними мовами в необхідному обсязі в залежності від категорії готелю, додержуватись правил службового етикету, повинен проходити медичне обстеження, результати якого відображаються в особових медичних книжках. Особова медична книжка пред'являється для контролю на вимогу представників установ державної санітарно-епідеміологічної служби. Також Правилами встановлені види послуг, які має право надавати готель, а саме: основні та додаткові. Готель самостійно визначає перелік, ціну основних послуг (які входять у ціну номера) і додаткових послуг.

Необхідно відзначити, що безпосередньо надання послуг з проживання постояльців ліцензуванню не підлягає. Однак готелі можуть проводити деякі види діяльності, на які потрібно придбати ліцензію. Зокрема, це відноситься до операцій продажу алкоголю, на яку необхідно отримати ліцензію на роздрібну торгівлю.

Таким чином, існуючі нормативно-правові та законодавчі акти України в галузі надання послуг з тимчасового розміщення направлені на створення сучасної бази ефективного функціонування закладів розміщення та набуття ними стійкої міжнародної конкурентоспроможності.

Запитання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття «гостинність». Схарактеризуйте роль гостинності в сучасному світі.
2. Розкрийте сутність поняття «індустрія гостинності» та її складових.
3. Схарактеризуйте зміст понять «готель» та «готельна послуга».
4. Проаналізуйте основні та додаткові послуги. Розкрийте їх роль у формуванні попиту на готельні послуги.
5. Які особливості характерні для готельної послуги?
6. Визначте категорію «готельний продукт» та його складові.
7. Опишіть властивості готельного продукту.
8. Назвіть основні моделі готельного продукту.
9. Розкрийте роль нормативно-правового регулювання індустрії гостинності.
10. Охарактеризуйте нормативно-правову базу функціонування засобів розміщення в Україні на сучасному етапі.

Лекція 2. Еволюція основних форм підприємств індустрії гостинності

План лекції

- 2.1 Основні етапи розвитку світової готельної індустрії
- 2.2 Історія розвитку готельного господарства в Україні
- 2.3 Сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні

2.1. Основні етапи розвитку світової готельної індустрії

Історія розвитку готельної справи нерозривно пов'язана з подорожами. Подорожуючи з різною метою та намірами (відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо), люди мали потребу в притулку, харчуванні та відпочинку.

Найдавніші згадки про місця для розміщення подорожніх можна знайти в писемних джерелах Стародавнього Єгипту. Етапи розвитку готельного господарства у світі пов'язують з наступними історичними періодами: стародавній період (IV тис. до н.е. – 476 рік н.е.); період середньовіччя (V – XV ст. н.е.); новий час (XVI ст. – початок XX ст.).

Стародавній період. На Близькому Сході у другому тисячоріччі до н.е. виникають гостинні та постоялі двори для подорожуючих та купців. Згадки про них містяться в Кодексі царя Вавилону Хамурапі, написаному приблизно в 1700 р. до н.е.

У Стародавній Греції зв'язок між містами підтримувався «гемеродромами» (денними гінцями). На відстані, що кінць міг подолати без відпочинку, існували спеціальні станції, де можна було одержати їжу та свіжих коней.

У I ст. до н. е. у Римській імперії виникли державні заїжджі двори, що знаходилися один від одного на відстані денного кінного переходу. Заїжджі двори розташовувалися у містах на головних шляхах, якими проїжджали кур'ери та державні службовці з Рима. Вже у давніх римлян мала місце певна «класифікація» готелів. Існувало два типи «пристановищ» – у провінціях й у самому Римі. Відповідно, одні з них призначались тільки для патриціїв, інші – для плебеїв.

Велике значення для розвитку засобів гостинності мало розширення торгових шляхів на Близькому Сході, в Азії і Закавказзі. В цих регіонах проходили найбільші торгові шляхи. У Персії подорожували на верблюдах, великими караванами. Ночували зазвичай в наметах, які розбивали поруч із караванним шляхом, тому для задоволення потреб подорожуючих споруджували так звані «караван-сараї» – будівлі, що склалися з приміщень для ночівлі людей і загону для верблюдів, оточені фортечною стіною, яка захищала від стихій і нападників. У давні часи зручності для подорожуючих Азією були більш комфортними, ніж ті, на які можна було розраховувати в Європі.

Період середньовіччя. Значний розвиток «готельної справи» в Європі спостерігається тільки з VIII–IX ст., після того, як Карл Великий видав едикт, яким зобов'язав монастирі та церкви утримувати «госпиції» – будинки, що надавали подорожнім і прочанам ночівлю, харчування, відпочинок, а іноді, навіть, і лікувальні процедури. Найбільшого поширення «госпиції» набули в Швейцарії, яка завдяки старим традиціям тепер вважається найбільш авторитетною в сфері готельного господарства та готельних послуг.

У XIII–XIV ст. у зв'язку зі зростанням і розвитком ремесла та торгівлі, поживленням внутрішніх і міжнародних економічних зв'язків у Європі, широкого поширення набула система тимчасового проживання за плату в готелях. Першими такими готелями були приватні житлові будинки (або окремі кімнати в них). Власники готелів нерідко виконували й функції посередників у справах своїх клієнтів, виступали як перекупники й агенти. Таким чином, з'являються прототиби сучасних готелів. Приблизно в цей же час була здійснена перша офіційна спроба їх класифікації. У Берліні, в якому на той час проживало близько 130 тис. мешканців, було 9 заїжджих дворів I класу, з них два уже називалися готелями; 10 заїжджих дворів II класу та 13 заїжджих дворів III класу.

Новий час. Поступово в столичних європейських містах стали з'являтися комфортабельні готелі, розташовані в спеціально зведених будівлях (по типу приватних резиденцій) або в державних особняках. Звідси походить французька назва «готель», що означає міський палац магната, місце перебування уряду чи міських властей. Це були готелі-люкси з ресторанами та найвищим рівнем обслуговування. Так, у 1861 р. готель «Морис» у Парижі мав 700 номерів з водою, ліфт, ресторан на 1500 місць. Поряд зі створенням упорядкованих готелів розкішних ресторанів починають діяти й нові засоби розваг: нічні клуби, кабаре тощо.

Особлива роль у розвитку підприємств готельного господарства належить США. Хоча перший постоялий двір з'явився тут пізніше, ніж у Європі (у 1607 р.), але вже у 1794 р. відкрито перший готель «Сіті-готель» (м. Нью-Йорк). У 1829 р. почав функціонувати готель першого класу «Тремонт» (м. Бостон). Потім з'явилися «готелі-палаці» в інших

містах: «Палмер Хауз» у м. Чикаго, «Святий Чарлі», «Довгий Луїс» у м. Новий Орлеан, «Планетарс Хотел», фешенебельні готелі у містах Балтиморі та Вашингтоні.

На сучасному етапі розвитку готельної індустрії характерною рисою є створення готельних ланцюгів. Такі масштаби розвитку та розгалуженість готельної мережі під силу тільки найбільшим об'єднанням, акціонерним товариствам, що часто виходять за межі однієї країни й об'єднуються в готельні ланцюги. Найбільші та найвідоміші такі готельні ланцюги: «Холідей Іннз» (США), «Бест вестерн інн» (США), «Анкор» (Франція), «Шератон» (США), «Маріотт» (США), «Арабелла» (Німеччина) та ін.

2.2. Історія розвитку готельного господарства в Україні

На Русі готельна справа зароджується в XII–XIII ст. Це був час князівських міжусобиць і монголо-татарського іга. Величезні володіння монголів потребували добре налагодженого зв'язку з підкореними землями. Цей зв'язок здійснювали ханські гінці, які мали постійну потребу в ночівлі та відпочинку. Мережею таких янів (ямбів) були покриті величезні володіння монголів. На Русі це трансформувалось в «ями», що стали прообразом майбутніх готелів.

Крім янів на Русі існували заїжджі та гостинні двори. Гостинний двір являв собою торгове приміщення, в якому зупинялись і торгували іноземні та іногородні купці (гості). Гостинні двори складались із рядів крамниць, торговельних приміщень і складів, об'єднаних укритими галереями. У XVII ст. споруди гостинних дворів доповнювали прямокутні майдани, обнесені кам'яними стінами з вежами та проїзною брамою. Такі гостинні двори були побудовані в Москві, Києві, Архангельську та інших містах.

На чумацьких і торгових шляхах України послуги гостинності надавали корчми. Вони торгували хмільними напоями, були місцем зупинки для подорожніх, а також розваг. Корчмив окремих регіонах називали також «шинки», «корчми-заїзди». Суспільні процеси Середньовіччя, характерні для Європи, не могли не позначитись на території України, яка характеризувалась подібними релігійними тенденціями. Паломництво до відомих релігійних центрів Близького Сходу, а також сформовані у Середні віки центри паломництва в Україні, насамперед Києво-Печерська та Почаївська лаври, вплинули на розвиток сфери гостинності. Паломникам в Україні приділялась особлива увага: вони користувались пошаною, було за честь прийняти прочан на ночівлю та нагодувати, а біля великих центрів паломництва – монастирів і храмів – вони завжди знаходили притулок у звичайному або спеціалізованому житловому приміщенні – церковному гостинному дворі.

У XVIII ст., після остаточного входження України до Російської імперії, розпочалося будівництво поштового тракту від Москви до Києва з поштовими дворами та станціями, що водночас виконували функції закладів розміщення.

В Україні готельна сфера помітно розвивається лише в другій половині XIX ст., і це пов'язано, насамперед, із Києвом та іншими великими містами. Поштовим розбудови готелів було відкриття у 1889 р. регулярного залізничного сполучення, що зумовлює збільшення кількості подорожуючих, котрі прибували до Києва.

До 1880 р. у Києві було 15 готелів. Заклади розміщення, крім харчування, надавали здебільшого послуги з доставки пасажирів та багажу кінними екіпажами і готельними омнібусами. Впродовж подальших 20 років у центральній частині міста, головно в районі Хрещатика та прилеглих вулиць, побудували 64 нові готелі – найбільше за всю історію міста.

Заклади розміщення Києва початку XX ст., згідно з розташуванням і категорією клієнтів, котрих обслуговували, умовно можна поділити на чотири категорії: фешенебельні; готелі середнього класу; готелі, розміщені поруч з вокзалом, і мебльовані кімнати; «подвір'я», заїжджі двори. До найпоширеніших типів невеликих засобів розміщення належали мебльовані кімнати у будинках житлового типу, що за помірну ціну надавали послуги, які за рівнем якості не поступались першокласним готелям. Окрім Києва, активно розвивалась інфраструктура гостинності в Одесі, Харкові, Ялті.

У другій половині XIX – на початку XX ст. у Східній Галичині, що входила до

складу Австро-Угорщини, сфера гостинності характеризувалась високим розвитком. Загалом у Галичині (Східна і Західна) 1902 р. налічувалось 935 готелів, середня зайнятість в яких становила три особи на готель. Готелі, де працювало понад 20 осіб, становили лише 0,5 %.

Отже, мережа готельних закладів в Україні наприкінці XIX ст. інтенсивно розширилась. Цьому сприяло економічне зростання, розвиток транспортної інфраструктури, піднесення просвітництва, широкі зв'язки з європейськими державами. Вагома риса в організації сфери гостинності пов'язувалась із високою якістю обслуговування, що відповідала світовим стандартам, хоча висока ціна послуг була доступною насамперед для осіб високого матеріального статку.

У XIX ст. помітний поділ закладів на категорії щодо рівня та ціни послуг. Окрім розкішних готелів, діяла мережа закладів гостинності, зорієнтована на осіб різного матеріального статку.

У межах Радянської України здійснювалась націоналізація готельних підприємств. Відтак сформувалась єдина державна система управління готельним господарством.

Після Другої світової війни, зокрема в період «хрущовської відлиги», в СРСР спостерігалось поживлення туризму, міжнародних зв'язків. Зростаючі обсяги туризму сприяли розширенню туристичної інфраструктури – будівництву нових готелів, мотелів, кемпінгів. Для потреб міжнародного туризму, розвиток якого відновлює акціонерне товариство «Інтурист», у великих містах СРСР 1972 р. споруджено 40 туристичних об'єктів і передано значну кількість функціональних готелів.

Стрімкий розвиток міжнародного туризму в 70-х роках XX ст. дає змогу розширити його матеріально-технічну базу. Збудовано нові готелі мережі підприємств міжнародного туризму «Інтурист»: у Києві – «Либідь» і «Братислава», Харкові – «Інтурист», «Мир», мотель «Дружба», Львові – «Дністер», Ужгороді – «Закарпаття», Одесі – «Чорне море», Запоріжжі – «Запоріжжя», Полтаві – мотель «Інтурист» та ін. Загальний готельний фонд «Інтуриста» в Україні на початку 80-х років становив 10 096 місць.

Інфраструктура розміщення для потреб внутрішнього туризму особливо швидко зростає у 70-х – першій половині 80-х років. За рахунок державного фінансування станом на 1983 р. в Україні відкрито 25 готелів, 75 турбаз, 4 туристичні комплекси, 11 притулків, 6 кемпінгів, 36 стоянок і наметових притулків. Упродовж 1986–1990 рр. фінансування, що забезпечувала Центральна рада з туризму та екскурсій ВЦРПС, допомогло збільшити кількість місць у готелях, туристичних комплексах, базах і кемпінгах ще на 40 тис.

2.3. Сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні

В результаті транзитивних процесів в Україні, в останні роки актуалізувався розвиток туристичного сектору, який поступово набирає рис, характерних для галузі світового господарства. У ході своєї трансформації туристична активність суттєвим чином змінює суспільство та його культурні орієнтири, сприяє задоволенню потреб населення у змістовному проведенні дозвілля.

Готельне господарство є однією зі складових туристичної індустрії в Україні, належний рівень його розвитку сприяє поживленню всіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави на міжнародному рівні. Саме готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом та необхідними послугами, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування значно впливають на рівень туристичного сервісу.

З набуттям незалежності в Україні починає формуватися ринок готельних послуг, який представляє собою багатомірну динамічну систему взаємовідносин з надання та отримання комплексного готельного обслуговування.

Аналізуючи ситуацію розвитку готельного господарства 1995–2010 рр., необхідно відзначити її двоїстий характер:

– з 1995 р. по 2004 р. спостерігається поступове зниження кількості готельних

підприємств, що пов'язане з початком встановлення ринкового механізму господарювання, зміною форми власності, гострою необхідністю проведення модернізації та реконструкції матеріальної бази за власний рахунок, запровадження у 1999 році обов'язкової сертифікації готельних послуг та послуг харчування. Таке нове середовище виявилось для деяких підприємств готельного типу несприятливим для продовження функціонування;

– з 2004 р. по 2010 р. відбувається зростання кількості готельних підприємств, що є наслідком радикальних змін внутрішньополітичної ситуації в країні, підвищенням зацікавленості інвесторів до сектору готельної нерухомості, проведенням ряду масштабних заходів (наприклад, міжнародного пісенного конкурсу «Євробачення»), зростанням кількості іноземних туристів тощо.

Необхідно відзначити, що системність та комплексність у дослідженнях готельного ринку є запорукою ефективного прогнозування, вибору вектора розвитку та розробки стратегій функціонування в мінливому ринковому середовищі. Але через зміни в методиці статистичного аналізу індустрії гостинності України цілісність та послідовність у наукових спостереженнях готельного господарства втрачено, наявні певні розбіжності в показниках через їх неспівставність.

Так, згідно з Методологічними положеннями зі статистики туризму, в статистичну звітність України з 23.12.2011 р. було введено категорію «колективні засоби розміщування» (КЗР), що об'єднує в собі такі типи підприємств, як готелі та аналогічні засоби розміщування і спеціалізовані засоби розміщування. До 2011 року фактично не включались дані щодо спеціалізованих засобів розміщення, зокрема санаторіїв, пансіонатів та інших оздоровчих закладів тощо. Також не передбачалась окрема форма звітності для фізичних осіб-підприємців для готелів, санаторіїв та інших засобів розміщування. Така ситуація спричиняє деяку часову фрагментарність аналізу.

Загальна кількість засобів розміщення в Україні з 2011 р. по 2013 р. поступово збільшувалась, що пов'язано з розбудовою та експлуатацією готельної нерухомості різної категорії під впливом підготовки та проведення фінальної частини чемпіонату з футболу Євро-2012.

Проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 р. з футболу стало важливим чинником модернізації не тільки спортивної інфраструктури, а й транспортної, готельної, туристичної та ін. Згідно з Державною програмою з підготовки та проведення «Євро-2012», сумарні витрати за період 2008–2012 рр. були заплановані в обсязі 105 млрд грн (близько 13 млрд дол.), що відповідає 8 % обсягу номінального ВВП 2011р. та 11% ВВП 2008 р. Цільові інвестиції у будівництво та розвиток об'єктів інфраструктури забезпечили істотний позитивний вплив на розвиток туристичної сфери приймаючих Євро-2012 (Київська, Донецька, Львівська та Харківська області) та суміжних з ними областей України, зокрема Закарпатської, Волинської, Тернопільської, Рівненської, Житомирської, Сумської, Полтавської, Запорізької, Дніпропетровської, Черкаської, Одеської областей.

Експерти відзначають значний позитивний вплив підготовки до Євро-2012 в Україні саме у сфері готельного господарства та його інфраструктури. Так, на ринок України вийшли всесвітньо відомі готельні мережі (Sheraton, Hilton, Ibis, Reikartz, Ramada Worldwide, Radisson, Inter-Continental, Hyatt International, Marriott International, Accor Group, Magic Life, Rixos, Kempinski Hotels&Resorts, Fairmont Raffles Hotels International, Continent Hotels & Resort, Park Inn, Orbis, Rival Hotels, Comfort Green Hotels Holiday Inn), поживалися укра- їнські готельєри, активувався хостелний рух.

В цілому, за час підготовки до Євро-2012 в Україні було збудовано і реконструйовано близько 130 готелів. У Києві відкрилися міжнародні готельні бренди – Hilton, Sheraton, Fairmont Grand Hotel. У Харкові було відкрито сучасний п'ятизірковий готель «Kharkiv Palace», у будівництво якого інвестовано \$126 млн.

Асоціація «Зіркових готелів» визначила кілька переваг, які приніс чемпіонат Євро-2012 українському готельному бізнесу. По-перше, він став потужним локомотивом для цієї індустрії в умовах європейської кризи – лише у приймаючих містах кількість готелів зросла на 114 % у порівнянні з 2010 роком. Так, у Львові збільшення відбулося на 66 одиниць, у Києві – на 129, у Донецьку – на 83, у Харкові – на 33.

Крім цього, значно збільшився потік іноземних туристів до України, імідж держави за десять днів чемпіонату з негативного змінився на позитивний, а готельна інфраструктура кількісно та якісно задовольнила попит європейців.

Ефективне функціонування підприємств готельного господарства забезпечується обслуговуванням внутрішніх та в'їзних туристів. Кон'юнктура готельного ринку тісно пов'язана із загальною економічною ситуацією як країн-реципієнтів, так і генераторів туристичних потоків. Сучасна ситуація, що склалася в економіці, неминуче призведе до зміни показників роботи підприємств готельного господарства, оскільки рівень економічної активності визначає інтенсивність поїздок, впливає на обсяги наявних доходів і здатність здійснювати туристичні поїздки.

Як наслідок, доходи КЗР знижуються, що підвищує період окупності та погіршує інвестиційну привабливість ринку. Інвестиційна привабливість готельного сегменту в цілому в умовах, що склалися, практично дорівнює нулю. На сучасному етапі девелопери вкрай обережні – нові об'єкти нечисленні, і їх відкриття постійно відкладається. Окрім того, розвиток багатьох з них почався ще до кризового періоду, з урахуванням вартості банківського кредиту економічна доцільність будівництва готельного проекту стає практично відсутня. Але незважаючи на складні макро-, мікроекономічні та політичні умови, готельне господарство та ринок готельних послуг продовжує функціонувати, трансформуючись під реалії сьогодення.

Серед тенденцій розвитку в кризових умовах функціонування можна виокремити наступні:

- 1) зміна вектора туристичних потоків у бік туристичних дестинацій, які здаються більш стабільними та безпечними внаслідок, наприклад, географічного розташування;
- 2) формування вибору туристів за допомогою інтернет-ресурсів (відгуки на сайтах booking.com, TripAdvisor, Top Hotels та ін.);
- 3) активізація ЗМІ в напрямку формування пильності клієнтів до якості готельних послуг (телевізійні програми з внутрішніми перевітками готельних підприємств тощо);
- 4) збільшення в Україні кількості poshotels (гібрид бутік-готелю та традиційного хостелу), які мають високі рейтинги за відгуками гостей у міжнародних системах бронювання;
- 5) загострення конкурентної боротьби за кожного клієнта готелю;
- 6) поновлення зацікавленості з боку міжнародних готельних операторів до ринку України. На сучасному етапі найбільша кількість готелів міжнародних брендів, розташованих у Києві, – 10 підприємств (Hyatt, Hilton, Intercontinental, Fairmont, два готелі Radisson Blu, Holiday Inn, Ramada, Ibis та Kosmopolit під керівництвом компанії Warwick International). Варто відзначити, що увагу міжнародних операторів та інвесторів також привертають і регіональні міста: Одеса, Трускавець, Буковель, Дніпро, Запоріжжя, Львів, Чернігів;
- 7) дисбаланс попиту та пропозиції в умовах зниження платоспроможного попиту стимулює актуалізацію політики оптимізації витрат готельних підприємств (за рахунок поміркованої кадрової політики, реновації договірної бази, зниження операційних витрат тощо);
- 8) вдосконалення програм лояльності з метою утримання ринкового сегменту;
- 9) диверсифікація готельної пропозиції для збільшення рівня завантаженості номерного фонду (використання інструментів подієвого маркетингу, розробка ексклюзивних готельних продуктів з розширеним переліком безкоштовних послуг або за спеціальною ціною та ін.).

Загострення політичної та економічної кризи, військові дії на сході України, наслідки пандемії, на тлі загальносвітової кризи призвели до значного сповільнення темпів розвитку готельного ринку.

Споживчі витрати на проживання в готелі безпосередньо корелюють з ВВП, тому економічні спади, як правило, мають найбільш широкий і тривалий вплив на всі зміни попиту на готельні послуги. Саме економічний спад є одним з найбільш складних факторів впливу на економічну поведінку споживачів та ситуацію на готельному ринку з боку операційної та інвестиційної перспективи, оскільки зазвичай має зтяжний вплив на виручку і капітальні витрати. Готельєрам необхідно збалансувати короткострокову необхідність грошових коштів з довгостроковими стратегіями функціонування.

В Україні ситуація на готельному ринку ускладнюється політичним загостренням та воєнними діями, що сформували нові реалії функціонування готельного господарства: практично повне припинення його функціонування в місцях загострення конфлікту та активізація розвитку в місцях, які мають прямі міжнародні сполучення та є відносно безпечними.

Очікування підприємств готельного господарства щодо перспектив їх ділової активності має негативне значення. Без стабілізації політичної та соціально-економічної ситуації, подолання пандемії, відновлення територіальної цілісності України вкрай складно утриматися на ринку та отримувати позитивний економічний результат господарської діяльності. Але на сучасному етапі відбувається певна адаптація ринку до турбулентних умов, що проявляється в трансформаційних змінах та запровадженні антикризових дій, що в середньо- та довгостроковій перспективі принесуть очікувані позитивні результати.

Запитання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте головні етапи становлення та розвитку індустрії гостинності.
2. Проаналізуйте еволюцію розвитку індустрії гостинності в Україні.
3. Виявіть основні чинники розвитку закладів гостинності.
4. Проаналізуйте динаміку розвитку закладів розміщення в Україні на сучасному етапі.
5. Розкрийте особливості геопросторової організації індустрії гостинності в Україні.
6. Назвіть основні тенденції сучасного розвитку готельної індустрії в Україні.

Лекція 3 Типізація та класифікація підприємств готельного господарства

1. Класифікація засобів розміщення

2. Типологія колективних і індивідуальних засобів розміщення

3. Загальні вимоги до засобів розміщення та їх послуг

1. Класифікація засобів розміщення

Туристичним відомством України спільно з Державним науково-дослідним інститутом «Система» у 2003 р. було розроблено та наказом Держспоживстандарту України від 08.12.2003 р. № 225 затверджено національний стандарт України ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», що визначає класифікацію засобів розміщення в Україні (стандарт набув чинності з 01.07.2004 р.).

Засобом розміщення є будь-який об'єкт, в якому виконавець регулярно або час від часу надає споживачеві послугу з тимчасового розміщення.

Засоби розміщення поділяють на колективні і індивідуальні.

Колективні засоби розміщення розділяють на:

- а) готелі та аналогічні засоби розміщення:
 - 1) готелі;
 - 2) аналогічні готелям засоби розміщення;
- б) інші колективні засоби розміщення:
 - 1) приміщення, призначені для відпочинку;
 - 2) майданчики для кемпінгу;

- 3) стоянки морського та річкового транспорту;
- 4) інші колективні засоби розміщення;
- в) спеціалізовані засоби розміщення:
 - 1) оздоровчі засоби розміщення;
 - 2) табори праці та відпочинку;
 - 3) громадські транспортні засоби;
 - 4) конгрес-центри.

Індивідуальні засоби розміщення розділяють на:

- а) орендовані засоби розміщення:
 - 1) кімнати, орендовані в сімейних будинках;
 - 2) житло, орендоване у приватних осіб або через агентства;
- б) інші типи індивідуальних засобів розміщення:
 - 1) не основне власне житло;
 - 2) житло, яке надають безоплатно родичі та знайомі;
 - 3) інші індивідуальні засоби розміщення туристів.

До *колективних засобів розміщення* відносять засоби розміщення, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті або іншому приміщенні, де число місць повинне перевищувати певний мінімум для груп осіб, більше, ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін. (Діяльність колективного засобу розміщення може не мати на меті отримання прибутку. Наприклад, студентські та шкільні гуртожитки, табори скаутизму й тому подібне).

До *готелів і аналогічних засобів розміщення* відносять колективні засоби розміщення, які складаються більш ніж з семи номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденна заправка ліжок і прибирання кімнати, санвузлів; згруповані в класи та категорії відповідно до переліку послуг, що надаються, і наявного устаткування і не входять в категорію спеціалізованих закладів.

До *готелів* відносять засоби розміщення, в яких надають готельні послуги, не обмежені щоденною заправкою ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів (наприклад, готелі, готелі квартирного типу, мотелі, дорожні готелі, клуби з мешканням, готелі в пристосованих транспортних засобах і тому подібне).

До *аналогічних готелів засобам розміщення* відносять засоби розміщення, які складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, зокрема щоденна заправка ліжок, прибирання кімнат і санвузлів (наприклад, пансіонати, дома відпочинку, туристичні бази і тому подібне).

До *інших колективних засобів розміщення* відносять засоби розміщення, які можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум послуг (окрім щоденної заправки ліжок), не обов'язково складаються з номерів, а можуть мати окремі одиниці житлового типу, майданчики для кемпінгу або колективні спальні приміщення.

До приміщень, *призначених для відпочинку*, відносять колективні засоби розміщення, які мають єдине керівництво і надають обмежені готельні послуги, окрім щоденної заправки ліжок і прибирання житлових приміщень (комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало).

До *майданчиків для кемпінгу* відносять колективні засоби розміщення на закритих майданчиках, призначені для розташування наметів, автофургонів, автопричепів і будинків на колесах, які мають єдине керівництво та надають певні туристичні послуги (інформаційні, продаж товарів в магазинах, відпочинок і розваги).

До *стоянок морського і річкового транспорту* відносять гавані для судів, призначені для оренди власниками судів стоянки на водній поверхні або місця на березі, а також порти для транзитних судів з оплатою швартовки на ніч, обладнані санітарно-технічними системами життєзабезпечення.

До *інших колективних засобів розміщення* відносять засоби розміщення, які підлягають єдиному керівництву, мають соціальне значення, і у багатьох випадках їх

субсидують (наприклад, гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, удома відпочинку для людей похилого віку, удома відпочинку для робочих підприємств, готелі для робочих, студентські гуртожитки і тому подібне).

До *спеціалізованих засобів розміщення* відносять засоби розміщення, які можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг (окрім щоденної заправки ліжок), не обов'язково мають номери, а можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, і, окрім розміщення, виконують ще яку-небудь функцію (наприклад, лікування, оздоровлення, соціальну допомогу, транспортування і тому подібне).

До *оздоровчих засобів розміщення* відносять лікувальні і оздоровчі заклади, в яких надають послуги розміщення (санаторії, удома реабілітації, оздоровчі ферми і тому подібне). Оздоровчі засоби розміщення, в яких надають готельні послуги, щонайменше, щоденну заправку ліжок, прибирання номерів і санвузлів, класифікують як готелі.

До *таборів праці і відпочинку* відносять табори, в яких надають послуги розміщення для осіб, які займаються певною діяльністю під час відпочинку (наприклад, сільськогосподарські, археологічні і екологічні табори праці, табори відпочинку, табори скаутизму, гірські притулки, хатини і тому подібне). До цієї групи відносять також дитячі табори, засоби розміщення при спортивних центрах, в деяких надають готельні послуги.

До *суспільних транспортних засобів* відносять засоби розміщення із спальними приміщеннями, які належать до колективного суспільного транспорту і не відокремлені від нього в плані оплати, яка стосується в основному поїздів, судів і яхт.

Суспільні транспортні засоби відрізняються від інших засобів розміщення тим, що вони не призначені безпосередньо для розміщення туристів (готель, розташований на судні, яке постійно закріплене на одному місці, а не пересувається водними шляхами, класифікують як готель).

До *конгрес-центрів* відносять заклади, в яких надають послуги розміщення і устаткування та послуги для проведення конгресів, конференцій, курсів, професійного навчання, медитацій і релігійних заходів, а також навчання молоді; в цьому випадку спальні приміщення надають тільки учасникам спеціалізованих заходів, організованих цим закладом або проведених в його приміщеннях.

До *індивідуальних засобів розміщення* відносять власне житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; в цьому випадку всі одиниці розміщення (кімната, житло) незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу, як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу).

До *кімнат, орендованих в сімейних будинках*, відносять засоби розміщення, в яких турист зазвичай живе разом з сім'єю.

До *житла, орендованого у приватних осіб або за посередництва агентств*, відносять індивідуальні засоби розміщення (квартири, вілли, будинки, котеджі та тому подібне), що їх на тимчасових принципах здають в оренду як повністю обладнані одиниці для проживання туристів на підставі угод.

До *неосновного власного житла* відносять засоби розміщення (квартири, вілли, будинки, котеджі і тому подібне), які використовують під час туристичної подорожі відвідувачі, члени сім'ї власника. До цієї групи належать також приміщення, які використовують для *таймшеру*.

До *житла, наданого безоплатно родичами і знайомими*, відносять засоби розміщення, в яких туристам їх родичі або знайомі безоплатно дозволяють повністю або частково використовувати свій будинок для розміщення.

До *інших індивідуальних засобів розміщення* відносять засоби розміщення, які не зовсім відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщення і складаються з наметів на неорганізованих майданчиках і судів на неофіційних стоянках.

На рис. 1 наведена класифікація засобів розміщення, запропонована UNWTO.

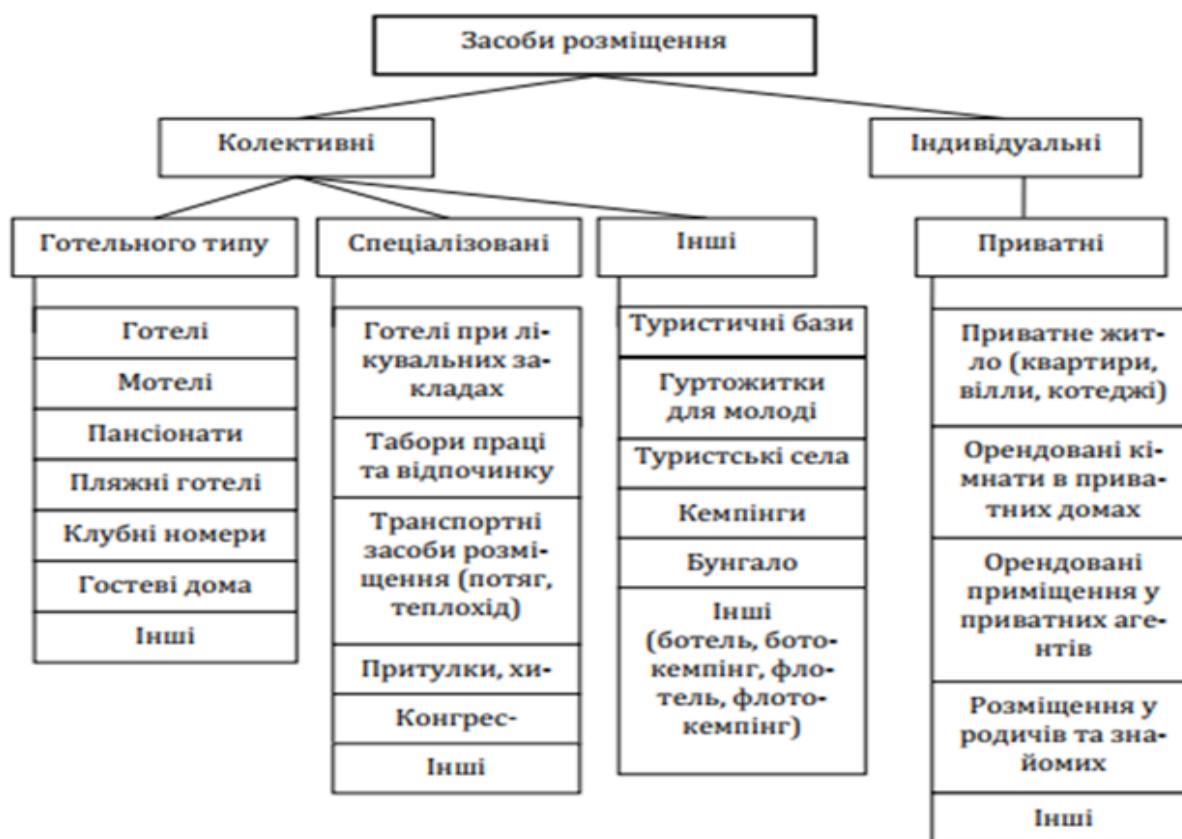


Рис.1. Класифікація засобів розміщення

2. Типологія колективних і індивідуальних засобів розміщення

Тип засобу розміщення – це сукупність загальних характерних ознак, притаманних засобу розміщення.

Типологію засобів розміщення в Україні визначено національним стандартом ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», який набув чинності з жовтня 2006 року. Цей стандарт максимально погоджений з Європейським стандартом ISO/FDIS 18513:2003 «Tourism services - Hotels and other types of tourism accommodation – Terminology» («Послуги туристичні. Готелі та інші типи розміщення туристів. Термінологія»).

Відповідно до цього документу виділяють наступні *типи колективних засобів розміщення*:

Готель – засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надавання готельних послуг.

До готелів та аналогічних засобів розміщення належать колективні засоби розміщення, що містять більш ніж сім номерів — згідно з ДСТУ 4268. Мінімальна кількість номерів певних типів, структура номерного фонду, інші вимоги до матеріально-технічного оснащення, номенклатури і якості надаваних послуг, рівня обслуговування у готелі – згідно з ДСТУ 4269.

Агроготель – готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку.

Акватель – готель, облаштований на кораблі, вилученому з експлуатації як транспортний засіб, і який перебуває на стаціонарній стоянці.

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.

База відпочинку – аналогічний готелю засіб розміщення з міні-мальними зручностями,

зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку.

Ботель – це готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту.

Найпоширенішими плавзасобами для облаштування ботелю є дебаркадер, понтон, спеціально переобладнане судно, тимчасово вилучене з експлуатації.

Будинок відпочинку – аналогічний готелю засіб розміщення, зазвичай цілорічного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, і який забезпечує умови для відпочинку з надаванням послуг оздоровчо-профілактичного характеру у регламентованому режимі.

Гостьовий будинок – аналогічний готелю засіб розміщення з умебльованими кімнатами та з мінімальними зручностями; здебільшого пропонують сніданок.

Готельно-офісний центр – готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана і використовується як офіси

Гуртожиток – засіб розміщення, як правило, відомчої підпорядкованості, до якої належать житлові кімнати, розташовані за коридорною (блочною) системою, і має умови для самостійного готування їжі з надаванням кухонного обладнання у спільне користування на поверсі.

Дитячий табір – засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для активного відпочинку та оздоровлення дітей у регламентованому режимі.

Кемпінг – засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів, караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування.

Клуб-готель – готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають інші послуги переважно членам клубу.

Конгрес-готель – готель, який має умови для організації і провадження конгрес-заходів.

Найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори.

Конгрес-центр; бізнес-центр – заклад, який спеціалізується на організуванні та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгрес-заходів.

Круїзне судно – транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу.

Курортний готель – готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлювання.

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.

Готель-люкс – готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент, президентський апартамент.

Готель-резиденція – готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб.

Палац-готель – готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури.

В окремих країнах цей тип має характерну назву, наприклад, у Франції – шато, в Іспанії – парадор.

Пансіонат – аналогічний готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення, розташований у замській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку.

Пансіонат із лікуванням – пансіонат, який має умови для надавання медичних і профілактичних послуг та лікування

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.

Санаторій – готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі.

Види санаторіїв: *дитячий* — для дітей від 6 до 18 років; *для дітей з батьками*; *однопрофільний*; *багатoproфільний*; *спеціалізований*.

Табір праці та відпочинку – засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснювання у регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку.

Дитячий табір праці та відпочинку — табір праці та відпочинку для дітей віком від 14 до 18 років. У таборах праці і відпочинку найпоширенішими видами діяльності є сільськогосподарська, археологічна, екологічна.

Туристична база – аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для харчування та організування активного відпочинку у регламентованому режимі.

Туристичними маршрутами з активними способами пересування туристів є гірський, лижний, водний, пішохідний.

Туристичний комплекс – аналогічний готелю засіб розміщення з двох або більше будівель, в якому забезпечують надавання комплексу послуг; у більшості випадків надають послуги харчування, торгівлі, зв'язку та розважання.

Види туристичних комплексів: туристично-оздоровчий комплекс, спортивно-оздоровчий комплекс, дитячий оздоровчий комплекс, лікувально-оздоровчий комплекс.

Туристичний потяг – транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні-ресторані.

Гірський притулок – засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку. Гірський притулок може бути з охороною або без неї. Для сільської місцевості вживається термін «туристський притулок»

Флотель – спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плаваючий готель, в якому забезпечують надавання послуг активного відпочинку і розважання; може мати умови для проведення конгрес-заходів.

Хостел (молодіжний готель) – готель, у якому номери, розташовані зазвичай за коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічні зручності на поверсі або у блоці; може організувати харчування у закладі ресторанного господарства.

Типи індивідуальних засобів розміщення:

Бунгало – обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного готування їжі.

Гостьова квартира – засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні житлового будинку з однієї або кількох кімнат, кухні та санітарно-технічного вузла.

Гостьова кімната – засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні гостьової квартири у житловому будинку, де надають мінімальні зручності та здебільшого пропонують сніданок.

Дача – неосновне житло приватної особи у рекреаційній зоні, використовуване нею для надавання послуг з тимчасового розміщування з метою відпочинку.

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

Збірно-розбірний караван – караван, який можна монтувати, демонтувати на місці та перевозити автотранспортним засобом.

Караван-будиночок – караван, використовуваний переважно у стаціонарному режимі, або пересувний, розташований переважно на території кемпінгу і може бути під'єднаний

до інженерної мережі забезпечування життєдіяльності.

В практичній діяльності поширеними є терміни «стаціонарний караван», «мобільний пересувний будиночок», «караван для відпочинку»

Котедж – замиський засіб розміщення із однієї або кількох кімнат для тимчасового проживання однієї чи кількох сімей або осіб, з окремими входами для кожної з них.

Намет – укриття, вироблене з тканини, яке можна монтувати і демонтувати на місці, переносити та перевозити транспортним засобом.

Намет-причіп – намет, змонтований на автопричепі.

Сільський будинок – приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги харчування або умови для самостійного готування їжі переважно із продуктів особистого селянського господарства.

Фермерський будинок – сільський будинок, розташований на території фермерського господарства.

Окрім визначених у ДСТУ 4527:2006 засобів розміщення у світовій практиці існують також наступні типи:

Дорожній готель (road hotel) – готель, розташований за межами міста уздовж дороги (автотрас), має умови для паркування автомобілів без наявності технічного обслуговування автотранспорту.

Лотель (lotel) – готель, призначений для перебування та обслуговування туристів, які займаються кінним спортом, має умови для розташування коней.

Транзитний готель (transit hotel) – готель, розташований поблизу або на вокзалі (залізничному, автовокзалі, морському, річковому вокзалах, в аеропорту і тому подібне), призначений, як правило, для обслуговування транзитних пасажирів.

Будиночок мисливця – засіб розміщення мисливців, розташоване в рекреаційній зоні, поблизу ліцензійних місць полювання.

Будиночок рибаків – засіб розміщення для рибаків, розташований в рекреаційній зоні, поблизу ліцензійних місць лову риби.

Гостьовий двір – для обслуговування віруючих.

Туристський комплекс – установа, яка складається із засобу розміщення, ресторанного господарства та інше, а також надає послуги розміщення, харчування, відпочинку та дозвілля.

3.3. Загальні вимоги до засобів розміщення та їх послуг

Засоби розміщення потрібно проектувати та будувати згідно будівельних норм і правил, що повинно бути підтверджено актом приймання в експлуатацію або висновком уповноваженої організації.

Вимоги до готелів, що класифікують за категоріями, встановлено ДСТУ 4269 і чинними нормативно-правовими документами.

Правила улаштування, устаткування та утримування гуртожитків повинні відповідати вимогам СанПіН 42-121-4719.

Громадські транспортні засоби (поїзди, круїзні судна, яхти), наземний і водний транспорт, пристосований під засоби розміщення для ночівлі, повинні відповідати вимогам, встановленим відомчими нормами і правилами.

Засоби розміщення повинні мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками та вимощеними пішохідними доріжками.

Прилегла до засобів розміщення територія повинна бути упоряджена та озеленена, добре освітлена; мати майданчик з твердим покриттям для короткочасного паркування автотранспорту, необхідні довідково-інформаційні покажчики, урни для сміття.

Засоби розміщення повинні мати вивіску з вказівкою їх виду та назви. Інформація стосовно виконавців послуг засобів розміщення, режиму їх роботи та перелік послуг, що надаються, повинна бути розміщена при вході на територію і (або) у приміщенні, і має відповідати вимогам Закону України «Про захист прав споживачів».

Засоби розміщення повинні мати:

- освітлення в житлових та громадських приміщеннях – природне та штучне, в коридорах – цілодобове згідно БНіП 23-05;
- систему електропостачання з підведенням до житлових приміщень, електричні розетки повинні бути відповідно помарковані (зазначено електричну напругу);
- холодне та гаряче водопостачання і каналізацію – згідно БНіП 2.04.01. У сільських районах та у районах з перебоями у водопостачанні необхідно забезпечити мінімальний запас води не менше, ніж на добу та підігрів води;
- опалення, що підтримує температуру повітря у житлових приміщеннях у межах від 18 до 22 °С згідно зі БНіП 2.04.05;
- вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує циркуляцію повітря та перешкоджає проникненню сторонніх запахів у житлові приміщення згідно зі БНіП 2.04.05;
- телефонний зв'язок;
- мережу радіомовлення (підведення до всіх житлових кімнат) або незалежні від мережі радіоприймачі;
- пасажирський ліфт (у разі потреби) – згідно з ДБН В.2.2-9.

Площа житлової кімнати повинна бути не менше, ніж 8 м².

Площа житлової кімнати на одну особу, що проживає в будинках:

- цілорічного функціонування – не менша ніж 6,0 м²;
- сезонного (літнього) функціонування – не менша ніж 4,5 м²;
- для таборів - не менша ніж 4,0 м².

У житловій кімнаті повинні бути:

- меблі (ліжка, тумбочка, стіл, стілець, шафа або ніша для одягу), інвентар (килимки біля ліжка, дзеркало тощо), постільні речі (матрац, дві подушки, наволоки, ковдра, покривало на ліжку, простирадло, підковдра) за кількістю тих, хто проживає, та рушники (не менше двох на одного туриста);
- цупкі завіски або жалюзі, що дають змогу затемнювати приміщення, та прозорі завіски на вікнах;
- світильники на стелі (на стіні);
- замки у дверях з внутрішнім запобіжником;
- відповідний інвентар (попільничка – крім засобів розміщування для дітей і юнацтва, ключ комбінований для відкривання пляшок, набір посуду для питної води тощо).

Санвузол у номері повинен бути устаткований умивальником, унітазом, ванною або душем. За відсутності санвузла в номері засоби розміщування повинні мати санітарні об'єкти загального користування (з розрахунку один унітаз, один умивальник і один душ не більше ніж на десять чоловік, окремо для жінок і чоловіків).

У санвузлі повинні бути:

- дзеркало над умивальником з освітленням, поличка для туалетних речей, тримач для рушників, гачки для одягу;
- туалетне мило або дозатор для рідкого мила;
- туалетний папір;
- накривка до унітаза;
- кошик для сміття;
- у санвузлах колективного користування – електрорушники або паперові рушники.

У засобах розміщення треба передбачити:

- кімнату побутового обслуговування з праскою та прасувальною дошкою, щітками для одягу та взуття - в колективних засобах розміщення, надання праски та прасувальної дошки - в індивідуальних засобах розміщення;
- місце для прання та сушки одягу з необхідним устаткуванням і інвентарем;
- приміщення або частина приміщення для перегляду телепередач і інших культурно-масових заходів;
- камеру схову (у разі потреби);
- приміщення для надання послуг харчування згідно або кухню для самостійного

приготування їжі, обладнану холодильником, електричною (газовою) плитою або пічним опалюванням;

➤ пристрої зручного користування для інвалідів: нахилені пандуси у вхідних дверей для проїзду інвалідного візка, ліфти, спеціально обладналися номери і туалети і так далі згідно ДБН 8.2.2-9 (у новозбудованих колективних засобах розміщення).

Під новозбудованими розуміють засоби розміщення, введені в експлуатацію або реконструйовані після введення в дію ДСТУ 4268:2003.

Обслуговуючий персонал, який надає послуги в колективних засобах розміщення, повинен мати відповідну освіту і кваліфікацію, яка відповідає виконуваній роботі.

Персонал повинен створювати атмосферу гостинності, комфорту, бути доброзичливим і ввічливим.

У колективних засобах розміщення повинні бути розроблені і затверджені посадові інструкції для персоналу.

Готельною послугою є дії виконавця з тимчасового розміщення споживача шляхом надання номера або місця для ночівлі, а також надання інших послуг, пов'язаних із тимчасовим проживанням у готелі або в аналогічному засобі розміщення.

До інших послуг, пов'язаних із тимчасовим проживанням, належать послуги з обслуговування в номері, харчування, збереження майна і багажу, а також інші, що надають споживачу відповідно до категорії готелю згідно ДСТУ 4269.

Засоби розміщення зобов'язані надавати мінімальний перелік послуг, а саме:

➤ цілодобове приймання; послуги підприємств ресторанного господарства або умови для самостійного приготування їжі; щоденне прибирання житлової кімнати та санвузла (окрім гуртожитків, таборів праці та відпочинку, гірських притулків тощо); замінювання постільної білизни – не менше одного разу на п'ять днів, замінювання рушників – не менше одного разу на три доби; відправлення, отримання і доставлення листів та телеграм; зберігання цінностей і багажу; медична допомога: виклик швидкої допомоги, користування аптечкою першої допомоги; туристична інформація.

Послуги готелів повинні відповідати вимогам ДСТУ 4269. Залежно від типу засобу розміщення перелік асортименту послуг можна доповнювати. Спеціалізовані засоби розміщення надають додаткові послуги відповідно до їх спеціалізації

Запитання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте основні чинники типології закладів розміщення. Наведіть приклади кожного з виявлених типів.
2. Виявіть характерні риси основних типів закладів розміщення за функціональним призначенням.
3. Які типи закладів розміщення найбільш поширені на території України?
4. Дайте визначення поняття «класифікація закладів розміщення».
5. Проаналізуйте найпоширеніші міжнародні системи класифікації готельних підприємств.
6. Виявіть особливості класифікації закладів розміщення в Україні.
7. Проаналізуйте основні вимоги до категорій готелів

Лекція 4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Склад приміщень готельних підприємств

4.2. Функціональна організація приміщень готельного господарства

4.1. Склад приміщень готельних підприємств

Готельне підприємство є складною системою, що виконує базовий комплекс послуг: розміщення гостей, постачання продовольства та харчування, надання додаткових послуг. Виходячи з цього переліку базових послуг, формується склад приміщень готелю.

За функціональним призначенням у готелі виділяють такі групи приміщень: вестибюльна

група, житлова частина, для харчування гостей, торгівельно-побутового обслуговування, для занять спортом, розваг, для бізнесу гостей, адміністративні, службові та побутові приміщення, а також інженерно-технічні приміщення (рис. 4.1).

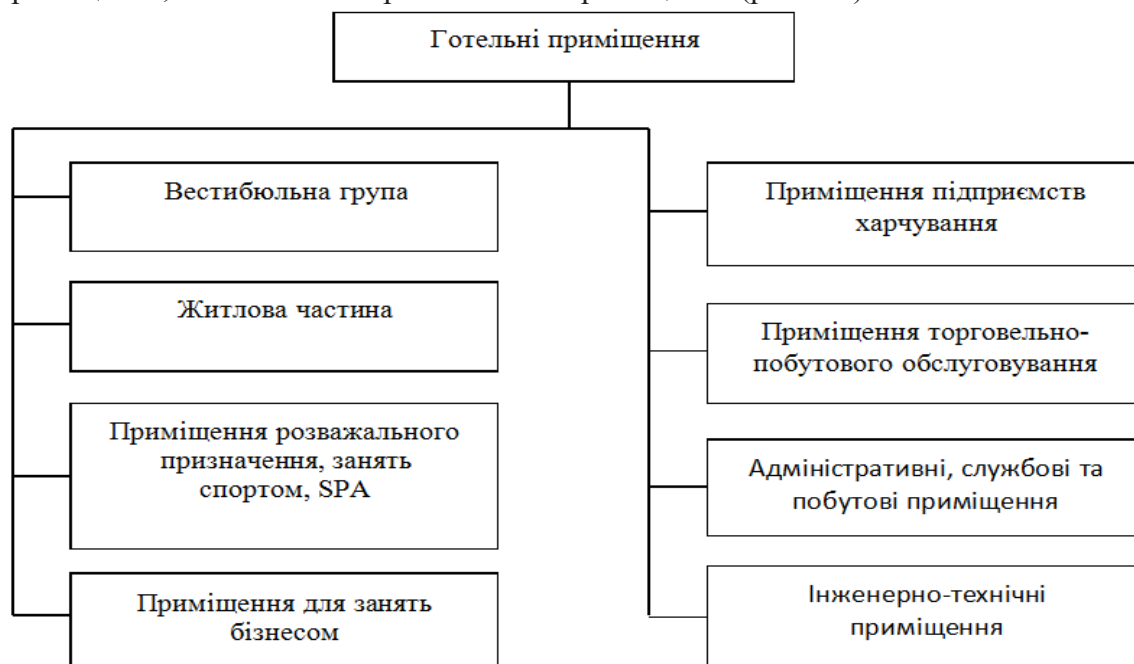


Рис. 4.1. Склад готельних приміщень за функціональним призначенням

Вестибюльна група приміщень – одна з відповідальних частин готелю. Вона орієнтована на зустріч і проводи гостей, в ній здійснюється функція розподілу і перерозподілу деяких робіт. *Житлова частина готелю* містить місця для ночівлі гостей (номери) та приміщення, необхідні для нормального функціонування і підтримки чистоти в номерах.

Блок групи приміщень громадського харчування. Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується з урахуванням категорійності готелів. В однозіркових готелях харчування гостей не передбачається. У дво-тризіркових повинні бути ресторани або кафе. У чотирьох-п'ятизіркових – ресторани, банкетні зали, бари, а в п'ятизіркових і нічні клуби.

Нічні клуби розраховані на показ видовищних програмі будуються зазвичай за типом вар'єте з можливістю розміщення посадкових місць у вигляді амфітеатру, з танцювальним майданчиком, приміщеннями для реквізиту, світлотехніки тощо. Ресторан готелю включає до числа своїх посадкових місць банкетні зали, що організуються у ресторанній групі приміщень, однак число місць у банкетних залах нормується не більше 20% від загальної місткості ресторану. У ресторанах, барах, кафе та інших підприємствах харчування гості, поряд з прийомом їжі, можуть розважатися, спілкуватися.

Перелік *приміщень розважального призначення* великий. Сюди входять кіноконцертні, банкетні, танцювальні зали. Спортивні споруди представлені басейном, спортивним залами, кегельбаном тощо.

Приміщення для ділових зустрічей містять різні конференц-зали, зали для ділових і банківських операцій, виставкові зали.

У групі *приміщень торгово-побутового обслуговування* надають послуги клієнтам торгівлі підприємства, перукарня, хімчистка, фотографія, ательє та ін.

Службові і побутові приміщення готелю забезпечують умови роботи, побуту, харчування персоналу, включаючи господарські та підсобні потреби.

У *технічних приміщеннях* розташовуються служби, які контролюють роботу техніки кондиціонування, централізованого сміттєвидалення, телефону, сигналізації та інших

системжиттезабезпечення готелю.

Велика увага приділяється розміщенню та обладнанню технічних приміщень та установок. У будівлях великих багатоповерхових готелів для налагодження машинних та різних санітарно-технічних відділень відводиться цілий поверх. Тут розміщуються бойлерні, приміщення для кондиціонування повітря, вентиляційні камери, приміщення для лічильників, трансформаторні, ремонтні майстерні для енергетичної, санітарно-технічної, слюсарної, столярної та інших груп.

При оцінці розташування приміщень для персоналу слід виходити з необхідності скорочення маршрутів пересування персоналу в робочий час. Віддалення обслуговуючого персоналу від місця прикладання праці веде до додаткових витрат енергії, більшої стомлюваності. Тому в безпосередній близькості до номерів на поверсі розміщується ряд приміщень обслуговування: кімнати покоїв, комори (чистої білизни і витратних матеріалів, брудної білизни і засобів прибирання), приміщення офіціантів, сміттєприймач та ін.

Блок групи приміщень адміністрації. Розміщується зазвичай на першому або другому поверсі готелю. Приміщення адміністрації повинні мати зручний зв'язок з блоками приймально-допоміжних приміщень, житла, громадського харчування. До складу групи приміщень адміністрації входять кабінети директора та його заступників, головного інженера, управляючого ділами, кімнати відділу кадрів, планового відділу, відділу постачання, бухгалтерії, архіву тощо.

Усі адміністративні приміщення об'єднуються в групи за функціональними ознаками:

- приміщення дирекції (кабінет директора, заступникадиректора, прийомна);
- приміщення інженерно-технічного персоналу (кабінет головного інженера та конторські приміщення інженерно-технічного персоналу);
- приміщення планово-економічного відділу (кабінет головного економіста та конторські приміщення);
- приміщення бухгалтерії та каси (кабінет головного бухгалтера, конторські приміщення бухгалтерії, приміщення каси, прийомне приміщення перед касою);
- приміщення відділу кадрів (кімнати начальника відділу і інспекторів).

Склад і площа окремих груп приміщень різні й залежать від типу готелю, умов експлуатації, його місткості.

Функціональною зоною готелю є також територія, що примикає до будівлі готелю. Вона забезпечує ізоляцію клієнтам персоналу готелю від зовнішнього середовища (шум, загазованість, бруд та ін.), доступність для приїжджих. З цієї точки зору важливе розташування готелю щодо транспортних вузлів, відповідне рекламне оформлення будівлі. Біля готелю передбачаються місця відпочинку гостей, паркування і стоянка транспортних засобів. Перспективним є використання підземного простору території готелю.

Розробка функціональних схем зв'язків приміщень готелю допомагає раціоналізувати технологічні зв'язки і матеріальні потоки. Розрізняють потоки внутрішні (між приміщеннями і групами приміщень), вхідні (із зовнішнього середовища у готель), вихідні (з готелю у зовнішнє середовище). Крім інформаційних потоків окремо вивчаються потоки клієнтів, що проживають у готелі, персоналу, багажу клієнтів, білизни, сміття, відходів, інвентарю і т.д. За допомогою логістичних методів можливо регулювати потоки за напрямками та інтенсивністю.

4.2 . Функціональна організація приміщень готельного господарства

Функціональна організація приміщень готельного господарства залежить від специфіки технологічних процесів обслуговування готельних послуг і функціонального призначення підприємниці. Специфічні вимоги висуваються до обладнання номера для вістей з дітьми та тих, хто подорожує з сім'єю, туристів з домашніми тваринами та ін.

Підприємства готельного господарства, що призначені для споживачів готельних послуг, які перебувають з діловою метою, повинні мати приміщення для проведення нарад,

виставок, конференцій тощо. Житлова група приміщень здебільшого представлена одномісними номерами, в яких передбачено робочу зону.

На підприємствах готельного господарства курортного призначення необхідно передбачити приміщення для профілактичного лікування, культурно-масового призначення і відпочинку. Номерний фонд складається з двомісних номерів із лоджіями для сну та відпочинку на повітрі та зони відпочинку в номері.

У складі готельних підприємств транзитного призначення передбачають приміщення для технічного обслуговування автомобілів, а також криті стоянки для автомобілів. До житлової групи належать двомісні номери з можливим збільшенням кількості спальних місць.

Підприємства готельного господарства для сімейного відпочинку мають приміщення культурно-масового призначення і відпочинку для дітей і батьків, для обслуговування потреб дітей, а також приміщення та споруди спортивно-оздоровчого призначення. Номери здебільшого тримісні з кухнею-нішею або міні-кухнею (для приготування і підігрівання їжі), зонами для сну та відпочинку, лоджіями або балконами.

Туристично-екскурсійні підприємства готельного господарства - оснащені приміщеннями для відпочинку та туристичного обслуговування. Номерний фонд здебільшого забезпечено двомісними номерами з можливим збільшенням кількості додаткових спальних місць у кімнатах, зонами відпочинку.

Туристично-спортивні готельні підприємства передбачають додаткові приміщення, зокрема культурно-масового, спортивнооздоровчого та туристично-спортивного призначення. Номерний фонд складається з двомісних номерів із можливістю трансформації додаткових спальних місць у два яруси та виділення зон для відпочинку як у номері, так і на лоджіях або балконах.

Функціональною зоною підприємства готельного господарства є також територія, визначена технічним паспортом плану-схеми земельної ділянки. Вона забезпечує ізоляцію споживачів готельних послуг і персоналу підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища (шум, загазованість, бруд). З цієї точки зору важливим є розташування підприємства готельного господарства поблизу транспорт-узлів із відповідним рекламним оформленням. Біля будівлі проектувати місця для відпочинку гостей, паркування і стоянки засобів. Перспективним є використання підземного приміщення підприємства готельного господарства .

Лекція 5. Організація приміщень житлової групи. Класифікація готельних номерів.

5.1.Класифікація приміщень, що входить до житлової групи.

5.2.Характеристика типів номерів.

5.3.Вимоги до оснащення номерів

5.4.Вимоги до організації номерного фонду.

5.1.Класифікація приміщень, що входить до житлової групи.

До складу житлової частини готелю входять:

- номери,
- горизонтальні комунікації (коридори),
- вітальні,
- сходово-ліфтові холи,
- приміщення чергового персоналу.

Призначення житлової зони - забезпечення умов для перебування споживача готельних послуг: надання ліжко-місця, обслуговування номера, чищення і прасування одягу, прийом білизни для, виконання послуг і доручень, надання можливості харчування, транспортування багажу в номер тощо.

Житловий поверх багатопверхового готелю може мати один або декілька коридорів,

різну форму плану. Розподіл площі житлової частини між номерами та іншими приміщеннями по-різному варіюється у залежності від готелю: на частку номерів припадає від 54 до 70%, на коридори – від 13 до 22% площі житлової частини. У ряді зарубіжних готелів місткістю до 25 осіб площа зони відпочинку передбачається не менше 16,7 м². У великих готелях на кожного додаткового клієнта регламентовано 5 м² зони відпочинку (у вітальні, барі, спальні).

Блок приміщень житлової групи є основним у готелях будь-якого типу. Ці приміщення складають понад 50% об'ємобудівлі і включають житлові кімнати-номери, а також безпосередньо пов'язані з ними допоміжні службові приміщення.

Житлові приміщення мають бути функціонально відокремлені. Переміщення споживачів готельних послуг, які не мешкають на поверсі, не допускається.

Група житлових приміщень розташовується одна над одною «багатоповерхових будівлях або в окремо збудованих корпусах, невеликих котеджах (будинках) на два-три або декілька номерів.

До приміщень житлової групи належать: номери всіх типів і категорій, коридори, холи, вітальні, приміщення побутового обслуговування на поверсі. Блок приміщень житлової групи є основним у готелях будь-яких типів. На ці приміщення припадає 54-70 %, на коридори - від 13 до 22 % площі житлової частини будівлі готельного господарства. У багатьох закордонних готелях ємністю до 25 чоловік площа зони відпочинку передбачається не менше 16,7 кв. м зони відпочинку (у гостинній, барі, спальні). Номер для гостя має багатофункціональне призначення. Він забезпечує ночівлю, є місцем відпочинку, споживання їжі, особистої гігієни, роботи, спілкування. У номері зберігаються особисті речі гостя. У ньому є передпокій, шафа для одягу, санвузол. Номери класифікують за числом місць, числом кімнат, площею меблювання. У світовій практиці найбільш поширеними є однокімнатні одно або двомісні номери. В окремих готелях частка однокімнатних номерів на одного гостя досягає 60- 100 % номерного фонду.

Простір кімнати (чи кімнат) номеру поділяється на функціональні зони. До 70 % загальної площі однокімнатного номера на одну особу може відноситися до житлової зони, до 14% - до передньої, 20% - до санітарного вузла. Житлова площа при цьому може складати від 7 до 14 м². Сучасні стандарти деяких країн вимагають дотримання мінімальної площі в одномісному номері не менше 14 м², у двомісному - не менше 16 м², площа комфортного однокімнатного номера на одну особу від 16 до 18 м², а на двох - від 20 до 21 м².

Структура номерного фонду повинна відповідати потребам гостя і потребує певного коригування (за порами року тощо). У деяких готелях передбачаються оперативні зміни складу номерного фонду за рахунок з'єднання (роз'єднання) номерів із використанням дверей або рухомих перегородок. Практикується встановлення додаткового місця для сну і використання площі інших приміщень.

Апартаменти складають не більше 10% від усього числа номерів. Вони доволі різноманітні за кількістю та призначенням кімнат, санітарними вузлами, коридором, площею. Аналізуючи проектування і будівництво підприємств готельного господарства, житлову частину проектують із прямокутною, компактною, ускладненою формою плану тощо. Найбільш поширеною є прямокутна та ускладнена форма плану. На вибір форми плану впливають містобудівні особливості ділянки, її розмір і форма, санітарно-гігієнічні і протипожежні вимоги, техніко-економічні міркування та творчий задум архітектора. Прямокутна форма плану застосовується в будівлях підприємства готельного господарства різної поверховості і довжини. На основі прямокутних планів створюють лаконічні об'єми будинків у формі паралелепіпеда.

Компактна форма плану (близька до кола, еліпса, квадрата, трикутника) більше властива багатоповерховим підприємствам готельного господарства баштового типу. Вузол вертикальних комунікацій при такому плануванні часто розташовується у центральній частині будівлі. Загальні поверхові коридори не розтягнуті; відстані від вертикальних

комунікацій до входів усіх номерів відносно невеликі. Підприємства готельного господарства з компактною формою плану доцільно розміщувати на невеликих ділянках, що звільняються при реконструкції міст, у районах, які багаті на зелені насадження, при максимальному збереженні цих насаджень; у складних ґрунтових умовах (на гірських схилах, скельних ґрунтах тощо).

Ускладнена форма плану житлової частини підприємства готельного господарства має багато варіантів: "трилисника", "хрестовини"; різні криволінійні форми. Зміна на пряму загальних горизонтальних комунікацій дозволяє усунути враження монотонності коридору, що виникає в протяжних будівлях із прямокутною формою плану. При складних формах плану, що згинаються, не всі номери знаходяться в однакових умовах. Наприклад, у номерах, розташованих у внутрішніх кутах будівлі, погіршуються умови освітлення та інсоляції, у ряді випадків не виключене "поглядання" номера з вікон інших приміщень.

Атриумна форма плану (із внутрішнім подвір'ям, забудованим по периметру) підприємства готельного господарства дозволяє розташувати на поверсі велику кількість номерів. Найчастіше у внутрішнє замкнуте подвір'я повертають загальні галереї або обслуговуючі приміщення. Інколи до внутрішнього двору повернені номери, які позбавлені видових якостей, погіршується ізоляція номерів від вікон, розташованих навпроти приміщень.

Холи та їх характеристика.

На підприємствах готельного господарства холи на поверхах призначені для: відпочинку, збору прибулих туристів, мешканців готельного підприємства та інших відвідувачів. Вони є також місцем для службово-ділових зустрічей. Холи розміщують поблизу центральної частини будівлі, що дозволяє скоротити відстань до номерів.

Обладнання холу на поверсі залежить від його функціонального призначення, конфігурації приміщення, взаємного розміщення ліфтів, сходів і коридорів.

Для облаштування використовують м'які дивани та крісла, журнальні столики, а також, залежно від типу та категорії підприємства - телевізори, радіоапаратуру, музичні інструменти тощо. Особливу увагу приділяють інтер'єрним рішенням з точки зору зручності та дизайну.

Як правило, у холі великих готельних підприємств розміщують робоче місце чергової на поверсі, яке обладнано письмовим столом і стільцями, тумбами для засобів телефонного зв'язку.

Залежно від функціонального призначення і рівня завантаження для засобів розміщення рекомендується декілька варіантів організації холів: поверхові холи для відпочинку, об'єднані з ліфтовими холами; поверхові холи-вітальні, ізольовані від ліфтових холів.

Вітальні - приміщення, як правило, відокремлені від коридору декоративною перегородкою або глухою стіною і повністю звільнені від людського потоку. Основним призначенням такого приміщення є призначення для відпочинку мешканців готелю поза номером: проведення Білових зустрічей; пасивний відпочинок. У вітальнях також подають апетитив під час ділових зустрічей.

Розміщують вітальні на кожному поверсі з розрахунку одне приміщення площею 30м² на 50 місць у номерах. Вітальні можуть сполучатися з поверховими холами.

Якщо вітальні розміщують у групі приміщень культурномасового призначення, то вони, як правило, є багатофункціональними, такі вітальні мають досить велику площу та різні зони відпочинку на 3-4 або 5-6 мешканців. Їх часто розміщують у зимовому саду готелю, площа приміщень - 100 м² і більше, що дозволяє створити зони спеціального призначення.

Вітальні, в яких передбачено перегляд телевізійних передач, мають бути віддаленими від номерів і звукоізольованими. Облаштовують вітальні сучасними комплектами меблів, призначених для організації різних видів відпочинку.

Створення інтер'єрів багатофункціональних приміщень, які мають великі площі, досягається не лише розміщенням меблів, але й засобами об'ємно-просторового рішення приміщення, наприклад:

- облаштування перепаду на рівні підлоги для розмежування функціональних зон (місце для відпочинку вирішується завдяки заглибленій зоні з великою кількістю крісел і м'яких диванів);
- виділення окремих приміщень з меншою висотою із загального простору для створення затишку;
- створення напіввідкритих малих приміщень типу алькова.

Таке рішення характерне для віталень на підприємствах готельного господарства, які функціонують цілодобово.

Обслуговування споживачів готельних послуг безпосередньо на поверхах включає надання таких побутових послуг, як: ремонт і прасування одягу; чищення взуття; термінове прання і хімчистка одягу; надання послуг харчування у номер тощо

Відповідно до складу приміщень побутового призначення входить блок приміщень, в яких надають побутові послуги.

До блоку приміщень побутового призначення належать санвузол сміттєпровід. Усі ці приміщення можуть бути ізольованими або в єдиному блоці. Як правило, окремо від усіх інших знаходиться приміщення обслуговуючого персоналу, яке зазвичай розміщують неподалік від холу, інші - єдиним блоком поруч із вантажо-пасажирським ліфтом.

У готелях категорії 5 *, 4 *, 3 * у комплексі обслуговувань приміщень передбачається сервізна з вантажним ліфтом, яку використовують для забезпечення якісного надання ресторанних послуг у номерах.

Приміщення для обслуговуючого персоналу обладнують стільцями, диваном, вбудованою або окремою шафою, телефоном, системою зв'язку з номерами і службами. У разі, якщо воно сполучається з приміщеннями білизни, додатково розміщують стелажі для білизни не менше ніж 5 м² на 30 номерів. Приміщення для чистої білизни може бути оснащено підйомником або розміщуватись поруч із пасажирським ліфтом, кабіна якого відчиняється в приміщенні для обслуговування на поверсі.

Приміщення для брудної білизни передбачається площиною до обладнане стелажми та білизно-проводом з приймальними для спускання брудної білизни. До приміщення для ремонту одягу існує вільний доступ. Воно обладнане столами, для прасування, раковиною для миття рук, стійкою для вішування одягу.

5.2. Основні елементи наповнення номера готелю.

Основа приміщень житлової групи становлять номери.

Номерний фонд – це загальна кількість номерів (місць) в засобі розміщення.

Номер - окреме приміщення, яке складається з однієї або декількох кімнат з меблями, оснащене обладнанням та інвентарем, необхідним для розміщення та тимчасового проживання споживача готельних послуг у засобі розміщення.

Традиційно класифікація готельних номерів відбувається на основі оцінки співвідношення таких параметрів матеріально-технічної бази, як:

- площа номера і наявність різноманітних приміщень (спальна кімната, вітальня, кухня або кухонна ніша, повний, неповний або взагалі без санвузла, балкона, кабінету);
- кількість місць в номері (одне, два, три і більше);
- кількість ліжок та їх конфігурація (одномісне, двомісне, двоярусне ліжко);
- кількісні та якісні показники оснащення номера;
- вид з номера і його розташування в структурі готелю або готельного комплексу.

В усіх планувальних рішеннях основним структурним елементом житлового поверху є номери таких типів:

- однокімнатні номери на 1 осіб;
- однокімнатні номери на 2 осіб;
- однокімнатні номери на 3-4 осіб;

- номери з підвищеним комфортом з 2-х кімнат і більше (люкси й апартаменти).

Найбільше поширеними у світовій практиці є однокімнатні номери на одну і двох осіб. Відповідно до міжнародних стандартів у підприємствах готельного господарства категорії "1 *" таких номерів має бути 60%, "2 *" - 80%, "3* і більше зірок" - 100%. Номери "люкс" і апартаменти мають складати 5-8% номерів.

Готельний номер забезпечений головним чином усім необхідним для комфортного проживання. В ньому передбачено місце для сну та відпочинку, праці, прийому гостей. Номер, як правило, складається з житлової кімнати (або кімнат), передпокою, санітарного вузла. Житлова площа займає близько 70% загальної площі однокімнатного номера, передпокій - 12- 15%, санітарний вузол - 13-22%. Мінімальна площа номера повинна бути не меншою 9 м².

Сучасні стандарти деяких закордонних країн вимагають дотримання мінімальної площі в одномісному номері не менше 14 м², у двомісному - не менше 18 м². Наприклад, у Німеччині відповідно до норм передбачена площа комфортного однокімнатного номера на одного проживаючого від 16 до 18 м², а на двох проживаючих - від 20 до 22 м².

Номери мають відповідати таким основним вимогам:

- денне природне освітлення і загальне штучне освітлення у вечірні години;
- природна та штучна вентиляція;
- температура повітря у приміщеннях номера - в межах від 18 до 22° С і вологість - 65-70%.

Всі номери мають категорію. Кількість, якість, площа і т. д. номерів – це ті ознаки, від яких безпосередньо залежить категорія готелю. Тому важливо вміти точно класифікувати готельні номери за різними ознаками.

Існують **дві базові** системи класифікації готельних номерів:

- 1) за типом номера;
- 2) за кількістю спальних місць.

Тип номера – це сукупність відмітних характерних ознак, що властиві для номера.

Класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць. Кількість місць в номері варіюється від категорії номера, його призначення, від типу засобу розміщення. Ліжко-місце (**ліжко – місце** – спальне місце, що призначене для використання однією людиною) може бути представлено у вигляді одномісних ліжок, двомісних – для подружжя, двоярусного або у вигляді дивана для гостя чи дитини. Класифікація номерів в Україні дещо відрізняється від світової:

Класифікація номерів прийнята в Україні ґрунтується на ДСТУ 4527:2006 «Засоби розміщення. Терміни та визначення» та налічує *11 нижченаведених типів номерів*:

– *президентський апартамент* – найбільш дорогий номер, до складу якого входить декілька спален, вітальня, їдальня, кабінет, декілька повних санвузлів (ванна або джакузі, душ, умивальник, унітаз, чаша біде);

– *апартамент* – номер, що складається з двох і більше кімнат (спальня, їдальня або вітальня, можлива наявність кабінету), кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів і розрахований на проживання однієї або двох персон;

– *люкс* – номер складається з спальні, вітальні або кабінету, є повний санвузол. Номер розрахований на проживання однієї або двох осіб;

– *дуплекс* – двоповерховий номер з двох і більш кімнат з внутрішніми стаціонарними сходами, повним санвузлом. Номер розрахований на проживання одного або двох чоловік;

– *напівлюкс (студіо)* – номер складається з однієї кімнати з вільним плануванням, що у результаті дає можливість використовувати різні частини одного приміщення як вітальню, кухонна ніша, спальню. Номер має повний санвузол. Номер розрахований на проживання однієї або двох осіб;

– *стандарт або номер першої категорії* – номер, що складається з однієї кімнати і повного санвузла і розрахований на проживання однієї або двох осіб;

- *номер другої категорії* – номер, що складається з однієї кімнати і неповного санвузла (умивальник і унітаз) і розрахований на проживання однієї або двох осіб;
- *номер третьої категорії* – номер, що складається з однієї кімнати і неповного санвузла і розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- *номер четвертої категорії* – номер з однією житловою кімнатою і умивальником для проживання трьох і більше осіб;
- *номер п'ятої категорії* – номер, що складається з однієї кімнати без санітарно-технічних умов, розрахований на проживання трьох і більше осіб;
- *суміжні номери* – два і більше номери, що з'єднуються один з одним дверима, які можуть мати спільну вітальню або хол, загальний або окремі санвузли.

Класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць:

- *одномісний номер* (у міжнародній практиці позначається як SNGL, singl) – номер з однієї кімнати розрахований на проживання однієї людини;
- *двомісний номер (DBL або double)* – двомісний номер на двох осіб з одним двоспальним ліжком;
- *двомісний номер з двома односпальними ліжками (TWN, twin, double twin)* – номер призначений для розміщення двох осіб на одномісних ліжках;
- *багатомісний номер* – номер, призначений для розміщення трьох і більше осіб. Оснащується односпальними ліжками за кількістю проживаючих осіб. У хостелах такі номери можуть оснащуватися двоярусними ліжками.

Світова класифікація готельних номерів за кількістю спальних місць. В світовій практиці використовують змішану *класифікацію номерів та варіантів розміщення в них* (тобто, вказують тип номера, варіант розміщення в ньому, варіант харчування, вид з вікон номера). Таку класифікацію зустрічають у ваучерах.

Виділяють наступні основні типи номерів:

- *Standart (STD)* – стандартний готельний номер, має всі необхідні умови;
- *Superior* – (деякі готелі також використовують термін executive, executive suite, suite senior) вважається кращим, ніж standard, просторішим, з більш оновленим і комфортним меблюванням;
- *Deluxe* – відрізняється від standard і superior перш за все великими розмірами, а також практично завжди кращим видом з вікна, розкішним меблюванням;
- *Suite* – зазвичай великий номер з двома кімнатами (спальною і салоном), розділеними дверима. Багато готелів визначають сюїт як номер, в якому є диван;
- *Junior Suite або Deluxe Suite* – має всі переваги deluxe, але ще просторіший і розкішно мебльований, що найчастіше складається з однієї, іноді з двох окремих кімнат (спальні і вітальні);
- *Studio* – номери, які схожі на Junior Suites, але набагато простіші. В них передбачено кухню та устаткування для приготування їжі. Найчастіше цей тип номерів зустрічається в готелях низьких категорій;
- *Apartment (APP)* – номери, наближені до сучасних квартир, мають місця для приготування їжі; дві та більше кімнат;
- *Business* – великий та комфортний номер, оснащений засобами для ділової діяльності (телефон, факс, комп'ютер, Інтернет);
- *President* – найбільш дорогий номер, до складу якого входять декілька спальних кімнат, вітальня, їдальня, кабінет, декілька повних санвузлів (ванна або джакузі, душ, умивальник, унітаз, чаша «біде»). Може займати площу, як на одному поверсі, так і на декількох;

Світова класифікація номерів за кількістю місць має наступний вигляд:

- *Single (SNGL, SGL)* – одномісний номер;
- *Double (DBL)* – двомісне розміщення (такий номер може бути або з одним двоспальним ліжком, або з двома окремими ліжками (double twin));

–Triple (TRPL) – номер з двома ліжками і диваном, на якому, у разі потреби, можна розмістити дитину або дорослу людину;

–Quadruple (QDPL) – чотиримісний номер;

–Family room – сімейний номер, розміром більше стандартного номера;

–Double twin – двомісний номер з двома ліжками;

–Double for single use – це двомісний номер за заниженою ціною (середня ціна між ціною стандартних одномісного і двомісного номерів) виключно для однієї людини

Двомісні номери можуть розрізнятися. Наприклад, існує відмінність між double room (номер на двох з одним двомісним ліжком) і twin room (двомісний номер з двома одномісними ліжками).

У країнах Європи розроблені підходи до визначення типу номера залежно від виду з вікна, комфортності, площі та проектного рішення номера.

Типи номерів залежно від виду з вікна номера наведені в таблиці залежно від рівня комфортності, яка є результатом архітектурного планування.

City view	- з видом на місто
Pool view	- з видом на басейн
Garden view	- з видом на сад
Ocean view	- з видом на океан
Land view	- з видом на ландшафт
Lagoon room	- з видом на лагуну
Dune view	- з видом на дюни, піски
Mountain view	- з видом на гори
Park view	- з видом на парк
SV, Sea view, beach room	- з видом на море
SSV, Side Sea view	- з видом на море
Inside view	- з видом на внутрішню частину будівлі

5.3. Вимоги до оснащення номерів

До структури, площі, оснащення номерів висуваються певні планувальні вимоги:

- в готелі повинна бути мінімальна кількість типів номерів. При цьому назви типів номерів повинні відповідати традиційно прийнятим в готельній сфері;
- площі і оснащення номерів повинні відповідати нормативним вимогам або перевищувати їх;
- меблі та обладнання повинні бути зручними як для споживача, так і для його обслуговування персоналом.

Сучасні номери, як правило, складаються з житлової кімнати (або кімнат), передпокою, санітарного вузла. Житлова кімната однокімнатного номера суміщає ряд функцій: її використовують для сну, роботи, іноді для денного відпочинку, зберігання їжі, прийому гостей. Мінімальна площа номера передбачається не меншою 8 м²

Із загальної площі однокімнатного номера житлова група найчастіше займає не більше 70%, передпокою – 12–15%, санітарного вузла – 13–22%.

Номери з ванною вважаються більш комфортабельними та коштують дорожче, ніж номери з душем. Загалом комплектація санвузлів в готельних номерах може бути 4 видів:

1. Унітаз, умивальник, біде, ванна або джакузі, душ, рушникосушитель, тепла підлога, фен, телефон, площею не менше 7,5 м²;
2. Унітаз, умивальник, ванна, душ, рушникосушитель, площею не менше 6,5 м²;
3. Унітаз, умивальник, ванна або душ, рушникосушитель, площею не менше 3 м²;
4. Унітаз, умивальник, площею не менше 2,2 м².

У номерах готелю високого рівня комфорту (зокрема однокімнатних) у ряді випадків передбачають роздільний санвузол або туалет з умивальником і ванну кімнату (ванна, умивальник, іноді також біде).

При роздільному санвузлі вхід до санвузла роблять з передпокою, у ванну з передпокою, спальні або вбиральні, розташованої при спальні. Для підвищення зручності проживання в двокімнатних номерах на 3 особи та більше нерідко влаштовують роздільний санвузол або два санвузли, обидва зі входом з передпокою. У разі відсутності в усіх номерах повного санітарного устаткування на житлових поверхах розташовують загальні санітарні вузли та кабінки особистої гігієни жінок, а також ванні кімнати або душові загального користування.

Номери підвищеної комфортності (апартаменти, президентські, люкс, дуплекс) проектуєть в складі двох і більше житлових кімнат, а також не менше двох санітарних вузлів. Склад інших додаткових приміщень і обладнання, включаючи кухонне, не лімітується. Рекомендується влаштування барної стійки, що прилягає до вітальні.

У складі апартаментів допускається приміщення для помічників (житлова кімната, службова кімната з шафами, санвузол).

Висоту житлових приміщень готелів слід приймати не менше зазначеної в ДБН В.2–2–15. А саме: висота житлових приміщень від підлоги до стелі – не менше 2,5 м., а у районах із середньомісячною температурою липня 21 °С і більше висота житлових приміщень повинна бути не менше 2,7 м. Висота допоміжних приміщень номерів повинна бути не менше 2,1 м. Ширина номерів готелів повинна бути не менше 2,4 м. Ширина передпокою номерів повинна бути не менше 1,1 м.

У номерах і вітальнях допускається влаштування лоджій і балконів з висотою огорожі не менше 1,2 м. Глибина балконів повинна бути не менше 1,2 м, лоджій – 1,4 м.

Номери мають відповідати таким основним санітарним вимогам:

а) Усі номери готелю повинні мати природне освітлення з освітленістю житлових приміщень, встановленою ДБН В.2.5–28–2006 «Природне і штучне освітлення». Час інсоляції номерів не лімітується. Номери, орієнтовані на сектор горизонту 190–270°, повинні мати сонцезахисні пристрої, які на рівні 2-х–3-х поверхів можуть бути замінені захисним озелененням.

Система штучного електричного освітлення номера повинна забезпечувати максимум зручності для споживачів готельних послуг. Зазвичай в номері (в тому числі однокімнатному) є декілька джерел освітлення: біля ліжка (приліжкові бра), біля столу (настільна лампа), біля крісла для відпочинку (торшер) і, нарешті, стельове освітлення. Перша світлова зона – коридор – повинна освітлюватися яскраво, тобто стельовим освітленням, тому що тут знаходиться дзеркало і шафа з основним одягом. Друга зона – санвузол: зазвичай освітлюється зі стелі й іноді, за необхідності, над/або по периметру дзеркала. Третя зона – безпосередньо кімната (кімнати). Приліжкову територію прийнято освітлювати за допомогою бра, сьогодні вони часто представлені двома світильниками – стаціонарним і гнучким (галоген) для читання, – що, звичайно, коштує дорожче, тому в основному вони встановлюються в студіях та люксах тризіркових і в чотирита п'ятизіркових готелях. Друга зона кімнати – біля столу, освітлювана зазвичай настільною лампою. За нормами в номері має бути ще одне джерело світла – сьогодні модні торшери, що створюють атмосферу затишку;

б) наявність природної і штучної вентиляції;

в) звукоізоляція номерів підвищена, що забезпечує рівень шуму менше 35 дБА. Шумовий режим готельного комплексу один з істотних чинників, що визначає його побутові якості. Шум у номерах серйозний недолік, що знижує комфорт проживання. Особливо шкідливий шум великої гучності та частоти, а також безперервне тривале і одноманітне звучання, що лунає з будь-якого джерела звуку. На людину, що знаходиться в готелі, впливають внутрішні та вуличні шуми. Ізоляція житлових кімнат номерного фонду від внутрішніх шумів досягається зниженням шуму санітарно-технічного та інженерного устаткування, конструктивними заходами, що забезпечують нормальну звукоізолювану здатність захисних конструкцій, і планувальними заходами. Для захисту від вуличних шумів у ряді готельних комплексів, розташованих у великих містах, застосовують потрійне

віконне скління, а туристські та курортні готелі, мотелі та кемпінги будують на відстані не ближче 50 метрів від проїжджої частини швидкісних доріг і висаджують уздовж цих доріг і вулиць дерева у 3–4 ряди;

г) підтримка температури повітря у приміщеннях номеру – в межах від 18°C до 22°C та вологості – 65–70%.

Порядок розміщення меблів для всіх номерів залежить від розмірів і конфігурації номера, його житлової площі, розміщення віконних і дверних отворів. Найбільш складним для розміщення меблів вважається однокімнатний номер, оскільки потребує сумісництва зон для сну, роботи, відпочинку і збереження речей.

Залежно від форми житлової кімнати розміщують меблі різними способами: однібічне розміщення - в житловій кімнаті у формі подовженого прямокутника або з частковим винесенням меблів на торець, дво або трибічне для приміщень квадратної форми. Розміщуючи меблі, слід враховувати норми розривів і проходів між ними: мінімальний прохід для однієї людини - 60 см, для двох - 110 см, мінімальна відстань від стіни до пристінних меблів - 5 см, максимальна - 55 см.

Основні вимоги, що висувуються до готельних меблів.

Найголовніше, що необхідно для якісного відпочинку. – ліжко. Воно повинно бути зручним, ортопедичним і легким в пересуванні для покоївок. Кожен номер, в залежності від свого класу і категорії готелю, повинен бути забезпечений ліжком (ліжками) певної ширини: для двох зірок – 0,8–1,9 м, для трьох зірок – 0,9–2 м, студії, люкси, апартаменти – 1,6–2 м.

Стільці для номерів в готелі повинні бути напівтвердими чи твердими різних конструкцій. Конструкцію крісел, вибирають міцну, але легку, оскільки крісло доводиться часто пересувати. Ширина крісла 60–90 см.

Шафи можуть бути стаціонарними, вбудованими чи прибудованими. Така шафа здешевлює вартість устаткування і економічна в експлуатації.

Мінімальна ширина вбудованої шафи в номері варіюється в межах: 60 см – у двомісному номері, 90 см – у тримісному номері; 120 см – у чотирьохмісному номері.

У вітальні (передпокої) встановлюють дзеркало, виділяють місце для платтяної щітки і невеликої полочки для дрібниць – рукавичок кашне, стаціонарну підставку для валізи.

Таким чином, якість номера і зручність проживання в ньому залежать не тільки від числа кімнат, їх площі та ширини, але й від природного і штучного освітлення, комфортного режиму мікроклімату, оснащення сучасним санітарно-технічним і інженерним устаткуванням (радіо, телефон, телебачення, електричні та слабкострумкові пристрої, сигналізація, кондиціювання), забезпечення належної звукоізоляції житлових приміщень, їхньої орієнтації за сторонами світу, виду що відкривається з вікна.

Основними завданнями щодо організації номерного фонду повинні бути такі:

- забезпечення можливості максимальної завантаженості підприємства готельного господарства в сезонний період;
- забезпечення відповідності житлового фонду вимогам європейського рівня;
- перспективне поліпшення комфортних умов перебування споживачів готельних послуг завдяки трансформації номерів без реконструкції житлового фонду готелю.

Питання для обговорення.

1. Структура та призначення приміщень житлової групи.
2. Вкажіть вимоги до організації приміщень для побутового обслуговування на поверсі.
3. Охарактеризуйте призначення віталень, холів, коридорів.
4. Основні вимоги до оснащення готельних номерів.
5. Який інвентар повинні мати різні види санвузлів.
6. Способи розміщення меблів у номерах та їх характеристика.

7. Назвіть та опишіть основні типи номерів.
8. Класифікація номерів за призначенням.
9. Класифікація готельних номерів за кількістю кімнат.
10. Класифікація готельних номерів залежно від виду, що відкривається з вікон.

Лекція 6. Організація нежитлових приміщень готельного господарства.

- 6.1. Основні види нежитлових приміщень.
- 6.2. Характеристика приміщень вестибюльної групи.
- 6.3. Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі.
- 6.4. Характеристика блоку адміністративних приміщень.
- 6.5. Організація приміщень господарської, складської та виробничої груп
- 6.6. Організація приміщень культурно-дозвіллевого призначення.
- 6.7. Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення

6.1. Основні види нежитлових приміщень.

До приміщень адміністративної групи належать: приміщення дирекції, відділ кадрів, бухгалтерія, каса, планово-економічний відділ і приміщення інженерно-технічного персоналу, архіву тощо.

Всі адміністративні приміщення за функціональними ознаками поєднуються в групи: приміщення дирекції (кабінети директора, заступника директора, приймальня); приміщення інженерно-технічного персоналу (кабінет головного інженера і конторських приміщень інженерно - технічного персоналу); приміщення планово-економічного відділу (кабінет головного економіста і конторських приміщень); приміщення бухгалтерії і каси (кабінет головного бухгалтера, конторські приміщення бухгалтерії, приміщення каси, прийомне приміщення перед касою); приміщення відділу кадрів (кімнати начальника відділу та інспекторів).

У підприємствах готельного господарства на 50-400 чоловік площа адміністративного блоку обчислюється з розрахунку 0,12-0,18 м² на одне ліжко-місце.

Блок приміщення харчування та його характеристика. Приміщення для харчування гостей - це цілий комплекс приміщень: торговельні приміщення, виробничі цехи, складські приміщення, адміністративно-побутові тощо. Функціональна організація цієї групи приміщень вирішується з урахуванням категорії підприємства готельного господарства. В готелях одна зірка харчування гостей не передбачається. У 2-3- ох зіркових готелях повинні бути ресторани або кафе. У 4-5-ох зіркових - ресторани, бенкетні зали, бари, а в 5-ти зіркових і нічні клуби.

Нічні клуби розраховані на показ видовищних програм і будуються за типом вар'єте з можливістю розташування посадкових місць у вигляді амфітеатру, з танцювальним майданчиком, гримерними, приміщеннями реквізиту, світлотехніки тощо.

Ресторанна група приміщень у курортних і туристичних готелях, як одне ціле можливого проведення дозвілля, обумовила появу в складі цієї групи нових типів ресторанів, як ресторани національної кухні, концептуальні ресторани, гриліресторани, вар'єте, винні і пивні бари, танцювальні бари, баридискотеки тощо.

Блок підсобних і господарських приміщень та їх характеристика. Блок підсобних і господарських приміщень існує в готелях будь-якого типу. Це приміщення обслуговуючого персоналу, різні побутові майстерні, склади брудної і чистої білизни тощо. У невеликих готелях визначені нормативні площі 0,33-0,39 м² на одне ліжко-місце. Установлена також норма на шафи у господарських кімнатах невеликих підприємств готельного господарства: 0,06-0,04 м на одне ліжко-місце; на гардеробні шафи персоналу: 0,07-0,05 м на одну людину.

Одним з важливих складових господарських приміщень готелю є центральні білизняні чистої і брудної білизни. Вони повинні бути самостійними, ізольованими одне від

одного приміщеннями. Центральна білизняна чистої білизни пов'язується вантажним ліфтом з поверховими білизняними. При ній передбачається місце для лагодження і прасування білизни. Центральна білизняна для брудної білизни пов'язується з поверховим білизно проводом. Іноді приміщення для зберігання використаної білизни влаштовують у підвалах. Розміри білизняних кімнат визначаються будівельними нормами.

6.2. Характеристика приміщень вестибюльної групи.

Група приміщень вестибюльної групи розташовується на першому поверсі, прилягає безпосередньо до головного входу і справляє на гостей перше враження про готель. Тому оздобленню цих приміщень в готелі приділяється особлива увага. До того ж, приміщення вестибюльної групи є головним комунікаційним і технологічним вузлом готелю, де розміщено основні вертикальні і горизонтальні комунікації – ліфти, сходи, коридори, що зв'язують усі приміщення.

До вестибюлю приєднуються: сходово-ліфтовий блок, гардероб та приміщення зберігання багажу, приміщення швейцарів, ліфтерів, посильних, підносикив багажу, санітарні вузли громадського користування, приміщення телеграфу, банку, довідкових та ін. Зазначені групи приміщень призначені для виконання технологічних операцій з прийому, оформлення, розміщення гостей, зберігання та транспортування їхнього багажу, надання послуг з організації екскурсій, організації трансферу, виконання поштовотелеграфних послуг і грошових операцій, торгівлі товарами повсякденного попиту тощо.

Вестибюль готелю має різну площу – від 0,3 м² до 1,7 м² в розрахунку на одне місце в готелі. Зазвичай, вестибюлі престижних готелів відрізняються більшими питомими площами.

Велике значення приділяється вибору місця розташування і конфігурації зон в плані приміщення вестибюля. Вдале розташування зон сприяє розосередженню потоків клієнтів, формуванню більш однорідних потоків та унеможливує їх перекреслення. До основних прийомів зонування вестибюля відносять: застосування різноманітних оздоблювальних матеріалів, декоративного оздоблення, освітлення перегородок; зміна рівнів та оздоблення стелі, підлоги; озеленення; розміщення обладнання і т.д. Інтер'єр вестибюля – це своєрідна візитна картка готелю.

У вестибюлі готелю рекомендовано виділяти вхідну зону, зони прийому (реєстрації гостей і оформлення документів), очікування, відпочинку та збору організованих груп, інформації, встановлення телефонів-автоматів, банкоматів і торговельних кіосків, входу до закладів ресторанного господарства і побутового обслуговування, комунікаційну зону (з ліфтовими холами).

Форма планування функціональних зон може бути різною, її характеризують такі основні схеми: фронтальна, повздовжня і концентрична

При фронтальному плануванні вестибюля функціональна зона розташована відносно головного входу в протилежному напрямку з одного боку. Вертикальні комунікації розміщені ближче до входу, однак витягнуте розташування приміщень вестибюльної групи погіршує орієнтацію гостей, одночасно скорочує вірогідність перетину людських потоків. Таке планування характерно для більшості готелів.

Повздовжнє планування характеризується двостороннім розміщенням функціональних зон щодо головного входу і значною віддаленістю вертикальних комунікацій. При такому плануванні перетину людських потоків забезпечується достатня візуальна орієнтація гостей.

Функціональна організація приміщень вестибюльної групи повинна забезпечити раціональне взаємне розташування вертикальних комунікацій і входів з тим, щоб рух основного людського потоку був найбільш коротким. Функціональний зв'язок між зонами і приміщеннями вестибюльної групи повинен унеможливити перетин людських потоків.

У вестибюлях передбачаються такі основні зони: інтенсивного пішохідного руху, екстенсивного пішохідного руху, рекреаційна і допоміжна.

Зона інтенсивного пішохідного руху передбачає маршрут транзитного руху до ліфтів і сходів.

Зона екстенсивного пішохідного руху передбачає пішохідні підходи до допоміжних приміщень гардероба, торгових кіосків, телефонів-автоматів і групи прийому.

Рекреаційна зона забезпечує короткочасний відпочинок споживачів готельних послуг.

Слід зазначити, що склад функціональних зон та їх планувальна організація залежить від типу та категорії готелю.

В основному, до функціональних зон приймально-вестибюльної групи приміщень належать:

1. *Зона реєстрації* в холі готелю представлена у формі стійки, за якою знаходяться робочі місця: – чергового адміністратора, який веде облік зайнятих номерів, попередніх замовлень;

– касира, котрий забезпечує розрахунок клієнтів за послуги; – порт'є, до чиїх обов'язків належить контроль за ключами, видача кореспонденції та ін.

Стійка адміністратора повинна забезпечувати високу візуальну видимість входу та інших функціональних зон вестибюля. Розміщення реєстрації в системі «головний вхід – реєстрація – вертикальні комунікації» може бути:

- одностороннім, коли реєстрація розташована з боку головного входу;
- двостороннім – реєстрація розташована з боку вертикальних комунікацій;
- тристороннім реєстрація розташована між головним входом і вертикальними комунікаціями.

Останній варіант найбільш раціональний в забезпеченні найкомфортабельнішого обслуговування гостей.

Планувальна організація стійки адміністратора зв'язується з двоярусним столом – «секретер-бюро», за яким розташовані робочі місця персоналу служби прийому та розміщення. Верхній ярус стійки – представницький, використовується спільно клієнтами та обслуговуючим персоналом, нижній ярус – робочий, використовується тільки обслуговуючим персоналом в технологічному процесі обслуговування. Нижній ярус є місцем оформлення розміщення гостей. Він обладнаний спеціальним відділенням для зберігання ключів, кореспонденції, що надходить для гостей, картотеки. Тут знаходяться технічні засоби: телефон, комп'ютер, факс, касовий апарат, автомат для прийому кредитних карток.

Стійка адміністратора виготовляється на замовлення та є носієм стилю готелю. При її виготовленні необхідно враховувати кількість людей, що одночасно будуть за нею працювати, специфіку робочого місця (характеристика та кількість офісної техніки). Особливістю конструкції стійки є те, що один її бік має бути закритий для доступу сторонніх людей. Матеріал стільниці виготовляють з міцних матеріалів, здебільшого – мармуру.

2. *Зона відпочинку (очікування)* – необхідний компонент у функціональній структурі вестибюля, що забезпечує короткострокове перебування гостей в період очікування розміщення, від'їзду або в процесі проживання. Тут можуть проводитися зустрічі гостей і відвідувачів готелю. Ця зона обладнана м'якими меблями, журнальним столиком, рекламними матеріалами готелю. При плануванні зони відпочинку у вестибюлі необхідно враховувати ряд важливих факторів:

- в рекреаційній зоні не повинні перетинатися людські потоки;
- зона відпочинку розташовується повздовж зовнішньої стіни біля вікон, що забезпечує високу сонячну інсоляцію та огляд прилеглої до будівлі готелю території;
- зона відпочинку повинна розташовуватися поруч з реєстрацією;

3. *Функції бюро обслуговування* пов'язані з наданням різної інформації, організації екскурсій, замовлення місць в установах культурно-розважального профілю, на транспорті

та ін. Планувальна організація приміщення залежить від розміщення рецепції і прийнятої в готелі форми організації технологічного процесу. Зокрема, при організації єдиного технологічного процесу бюро обслуговування розташовується безпосередньо біля рецепції. До планувальної структури приміщень бюро обслуговування іноді відносять транспортні служби, представлені трансгентством або транспортним бюро, а в курортних готелях виділяються приміщення каси з реалізації квитків.

4. *Торговельна зона* вестибюлю представлена магазинами та кіосками з продажу преси, листівок і дрібних дорожніх речей, ювелірних виробів, косметики та ін. Торговельна зона частіше розташована навпроти зони відпочинку та поряд сходово-ліфтових комунікацій. Торговельні підприємства суттєво впливають на інтер'єр вестибюля, що обумовлює необхідність їх якісного оформлення.

5. *Гардероб*. При вестибюлі, в глибині приміщення вестибюля розташовується гардероб, який обслуговує в першу чергу відвідувачів ресторанів, барів, казино та інших функціональних приміщень готелю, а також споживачів готельних послуг. Розміщення гардероба має бути зручним, легко помітним, однак він не повинен особливо виділятися в структурі приміщень вестибюля. Прилегла зона до гардероба повинна бути обладнана дзеркалами і добре освітлюватися. Площа гардероба у вестибюлі визначається за нормою 0,08 м² на одне місце. Гардероб може бути відділений стінкою з отворами або невисоким бар'єром. В ньому встановлюють стаціонарні або настінні вішалки. Висота бар'єра-прилавка для прийому і видачі одягу повинна бути 90 см і ширина 55–60 см. Між бар'єром і вішалкою для зручності роботи залишають прохід не менше 70 см. Довжина прилавка визначається з розрахунку: 100 см довжини прилавка на 100 гачків. В гардеробі передбачають одну-дві полицьки для взуття й інших речей. Підлога гардероба не повинна бути нижчою рівня підлоги вестибюля, щоб не створювати незручності під час приймання та видачі одягу. Важливо виділити зручне місце для зберігання головних уборів. Інтер'єр гардероба повинен бути привабливим.

6. *Камера схову* розташовується поблизу рецепції, біля входу. Камеру схову виділяють в окреме приміщення. Її використовують головним чином споживачі готельних послуг, коли звільняють номер чи очікують на розміщення.

Камеру схову обладнують вікном для прийому й видачі ручного багажу, стелажми для його зберігання. Тут же знаходиться і робоче місце комірника. Розташовують камеру схову зазвичай поблизу робочої частини вестибюля, недалеко від входу. Мінімальний розмір приміщення 6–8 м², висота 2,2 м. Облаштування камери схову допускається без природного освітлення. Останнім часом, поруч або в самій камері схову, встановлюють персональні сейфи для зберігання цінностей готельної клієнтури. В сучасних готелях вхід до камери схови роблять з вулиці, неподалік від автостоянки.

Розміщення допоміжних приміщень готелю навколо її основної ланки – вестибюлю повинно – передбачати можливість швидкого орієнтування прибулих споживачів готельних послуг, зорового контролю за ними і унеможливити скупчення груп туристів.

Великого значення має вибір місця встановлення ліфтів. Ліфти, як правило, компонуються групами по декілька в кожній. Місце розміщення ліфта повинно забезпечувати хорошу його видимість та найкоротший шлях потрапляння до номера. У великих готельних комплексах передбачені окремі входи для прийому і доставки багажу вантажними ліфтами до конкретних номерів. З приміщень сортування багажу має бути безпосередній доступ до автостоянки чи паркувального майданчика.

Коридори, як і вестибюль, справляють перше враження про готель. Ширина коридору розраховується так, щоб в ньому легко могли розминутися *дві люди* з валізами в руках

Звідси мінімальна ширина одностороннього коридору становить 1,3– 1,4 м, а двостороннього – 1,6–2,0 м (якщо двері відчиняються всередину номера). Якщо ж двері відчиняються в коридор, ширина його, відповідно збільшується. В зонуванні простору

коридору окрему роль відіграє використання різних конструкцій – підвісних стель, важких прогонів і опор, різного рівня підлоги.

В облаштуванні інтер'єру вестибюлю можна виділити кілька основних принципів:

- оригінальність;
- використання матеріалів високої якості (природний камінь, дерево дорогих порід), що гармонійно підібрані за кольором;
- помірність декоративних елементів;
- використання прийому розподілу елементів декоративного оздоблення, освітлення і кольору в функціональному зонуванні простору вестибюля;
- взаєморозташування груп меблів різного функціонального призначення має відповідати руху відвідувачів та технологічному процесу надання послуг в готелі

Вестибюль крім меблів оснащується специфічними аксесуарами: професійними брудочисними покриттями, машинками для чищення взуття, візками для перевезення багажу, інформаційною стійкою, стійкою огорожі та канатами. Розглянемо їх детальніше.

Будь-яка перехідна зона між вулицею і приміщенням складається з декількох відрізків, які захищені професійним брудочисним покриттям. Перед входом в готель на вулиці, під козирком готелю або в тамбурі використовуються модульні брудочисні ґрати, які очищують взуття від грубого великого бруду. Вони бувають різної товщини та кольору і повинні витримувати широкий температурний діапазон. Наступне покриття – жорстке і ворсове – повинно максимально затримувати пилку, бруд, вологу, пісок тощо

Візки для перевезення багажу бувають універсальними, що призначені для перевезення великої кількості багажу, та унікальними – для 2-3 валіз. Часто в універсальних багажних візках передбачена спеціальна штанга для вішалок.

Інформаційні стійки бувають у вигляді інформаційного поля формату А3 і А4 або у формі стрілок-показчиків, а також стаціонарними чи переносними. Вони можуть інформувати про проходження конференції, про послуги готелю і меню ресторану, оповіщати про заходи. Інформаційні дошки бувають великого розміру, на них відображається структура готелю.

Стійки-огорожі і канати використовують для обмеження входу до певної зони або спрямування потоків гостей. Стійки-огорожі виготовляють з полірованої латуні, полірованої нержавіючої сталі або комбіновані (латунь і нержавіюча сталь). Разом із стійками огорожі використовуються канати довжиною від 1,5 м до декількох метрів.

По всьому холу рекомендується встановлювати урни і попільнички, які мають бути помітними для відвідувачів. У цьому ж стилі мають бути сконструйовані стійки для преси і спеціальна підставка для парасольок. Всі аксесуари слід підбирати в одному стилі, що підкреслює загальний дизайн готелю.

6.3. Організація приміщень побутового обслуговування і торгівлі

У складі готелів відповідно до їх місткості та категорії передбачаються приміщення побутового обслуговування і торгівлі, склад і мінімальна площа яких наведені в таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Склад і площі приміщень побутового обслуговування і торгівлі

Приміщення	Площа (не менше)
1 Перукарня (в готелях категорії 3* і вище)	0,25 м ² на одного проживаючого в готелях від 50 номерів
2 Комплексний приймальний пункт (дрібний ремонт одягу, хімчистка, прання і прасування тощо) (2*-3*)	12 м ² за місткості 50–300 місць; 18 м ² – за місткості 301–500 місць
3 Каси квитків на транспорт (3* і вище)	6 м ² на одну касу
4 Каси театральні та на інші культурні і спортивні заходи (для готелів всіх категорій)	6 м ² на одну касу
5 Торговельні кіоски	3–4 м ² на один кіоск
6 Магазили	За завданням на проектування

Приміщення побутового обслуговування, зазвичай, відокремлені від блоку приміщень господарського і складського призначення, що пов'язано з виконанням функцій обслуговування мешканців готелю. До них належать перукарні, пункти прокату предметів культурно-побутового призначення, пункти дрібного ремонту, прийомні пункти хімчистки і прання білизни, фотолабораторія, пральня за методом самообслуговування, медичний пункт тощо.

Перукарні розраховані на обслуговування споживачів готельних послуг і сторонніх осіб, що мешкають в районі розташування готелю. Перукарні розміщують біля вестибюля, з яким вони мають безпосередній зв'язок. Найчастіше їх планують в готелях місткістю 50 місць і більше. До складу приміщень перукарні входять чоловічі та жіночі зали, зал очікування та підсобні приміщення. Основним обладнанням перукарських залів є туалетний столик майстра-перукаря і перукарське крісло, в якому вмонтовано поворотний пристрій і підйомний механізм, передбачено зону для сушіння волосся за допомогою електричних сушильних апаратів.

У жіночих залах виділяються зони для виконання манікюру, які обладнані манікюрним столиком, стільцем для відвідувачів, робочим кріслом для майстра. А вже у перукарських салонах 5-, 4-зіркових готелів виділяються окремі приміщення для манікюрного, педикюрного, косметичного, масажного кабінетів.

До пунктів прокату предметів культурно-побутового призначення входять: приміщення прийому, видачі і підготовки прокатного фонду; приміщення для зберігання предметів культурно-побутового призначення.

Пункти дрібного ремонту речей (шкіряно-галантерейних виробів, годинників, електротоварів, верхнього одягу) обладнують спеціальними та універсальними меблями відповідно тих функцій, які вони виконують. У приміщеннях пункту дрібного ремонту організовуються зони очікування, розрахунку за замовлення, примірки, прийняття і видачі замовлення.

Приймальні пункти хімчистки і прання білизни організовуються у приміщеннях, що мають безпосередній зв'язок із ліфтом і службовим входом у готельне господарство, аби запобігти перетинам руху мешканців і транспортування замовлених речей.

Фотолабораторія потребує двох приміщень: одне з них призначено для обробки світлочутливих матеріалів, друге (прохідне) слугує для прийому і видачі замовлень.

6.4. Характеристика блоку адміністративних приміщень.

Приміщення адміністративної групи призначені для створення умов праці управлінського персоналу готелю. Їх розміщують частіше на перших поверхах, поза основними потоками споживачів готельних послуг. В готелях місткістю від 50 до 400 чоловік, площа адміністративного блоку обчислюється з розрахунку 0,12–0,18 м² на одне місце в готелі. Якщо робоче місце планується обладнати комп'ютером, то площа приміщення визначається з нормативу 6 м² на 1 працівника.

В групі адміністративних приміщень допускається розміщення офісів готельних об'єднань і туристичних організацій різного типу за умови, що це не знижує комфорту проживання.

Основними видами таких приміщень є кабінети, контори, приміщення для нарад, зборів. Адміністративні приміщення, як правило, розташовані за коридорною системою з одно- або двобічним розміщенням.

За функціональним призначенням усі адміністративні приміщення групуються на поверсі в блоки:

- приміщення дирекції (кабінет директора, заступника директора, приймальня);
- приміщення відділу кадрів (кімната начальника відділу, кімната інспекторів);
- приміщення бухгалтерії і каси (кабінет головного бухгалтера, службове приміщення бухгалтерії, приміщення каси, приймальне приміщення перед касою);
- приміщення інженерно-технічного персоналу (кабінет головного інженера, службові приміщення інженерно-технічного персоналу);

- приміщення планово-економічного відділу (кабінет головного економіста, службові приміщення);
- приміщення громадських організацій (кімната профспілкової організації, приміщення для проведення нарад, зборів) тощо.

Кабінет директора призначений для роботи, розміщення експозицій, проведення нарад, відпочинку і неофіційних прийомів. Залежно від функціонального призначення у кабінеті директора виділяється зона праці, зона відпочинку, зона експозицій, зона проведення нарад.

Зона праці забезпечується двотумбовим столом, робочим кріслом, приставкою до столу для засобів зв'язку і комп'ютера;

Зона проведення нарад – великим столом для засідань і стільцями.

Зона відпочинку може розміщуватись в окремому приміщенні, суміжному з кабінетом, обладнується диваном, кріслами та журнальним столиком. У цьому випадку вона поєднується з зоною неофіційних прийомів. Зону експозицій обладнують спеціальними шафами.

Розміщення зон залежить від конфігурації приміщення кабінету, розташування віконних і дверних отворів:

зона праці – ближче до вікна і навпроти дверей;

зона експозиції – поздовж стіни;

зона проведення нарад – ближче до дверей і зміщена від центру приміщення;

зона відпочинку – у вільному кутку приміщення.

Кабінет заступника директора має меншу площу, тому і меблі передбачаються менших розмірів і в меншій кількості: робочий стіл одностумбовий, стіл приставний, робоче крісло, секційна шафа, крісло для відпочинку, журнальний столик, м'які стільці.

Інші службові приміщення меблюються набором канцелярських меблів: канцелярський стіл, робочий стілець, канцелярська шафа, шафа для сейфа, шафа для верхнього одягу.

У цих приміщеннях співробітники розміщуються групами від 3 до 10 осіб. Найбільш раціональним є безкоридорне і ландшафтне планування приміщень, без ізоляції робочих місць, що досягається завдяки розташуванню секційного обладнання, легких перегородок і екранів. Для ландшафтних контор використовується сучасне офісне обладнання.

До приміщень адміністративної групи належать побутові приміщення персоналу готелю – гардероби для домашнього одягу і спецодягу, санвузли, душові. Побутові приміщення і службові проходи відокремлюються від приміщень для обслуговування мешканців готелю і забезпечують окремим зовнішнім входом.

До приміщень адміністративної групи відносять пункт інформаційних систем та безпеки готелю. Особливістю його розташування є те, що він має поєднуватися з робочим місцем чергового адміністратора, аби забезпечити інформаційний зв'язок з усім готелем. Для нормальної роботи обладнання зазначеного пункту необхідно, щоб довжина кабелю, який з'єднує комп'ютери цих двох робочих місць, не перевищувала 15 м.

6.5. Організація приміщень господарської, складської та виробничої груп

Приміщення господарського і складського призначення виконують функції ресурсного забезпечення роботи всіх приміщень і служб готелю, а також необхідних ремонтних робіт. Такі приміщення є в готелях будь-якого типу. До їх числа відносять: приміщення обслуговуючого персоналу, різні побутові майстерні, склади, білизняні. У невеликих готелях (до 300 осіб) для них визначений норматив площі 0,33–0,39 м² на одне місце в готелі. Встановлена також норма на шафи (білизняні) в господарських кімнатах невеликих готелів: 0,06–0,04 м² на одне місце; на гардеробні шафи персоналу: 0,07–0,05 м² на одну людину.

Службово–господарські приміщення готелів слід групувати за виконуваними функціями. Наприклад, центральні білизняні необхідно блокувати з комунікаціями білизнопроводів, а приміщення малярних майстерень – із складом фарб.

Ремонтні майстерні та складські приміщення призначені для забезпечення належних умов роботи, зберігання матеріально-технічних цінностей та розміщені в цокольному поверсі будівлі.

В складських приміщеннях зберігаються запаси меблів для номерного фонду, килимові вироби, м'який інвентар (подушки, покривала, ковдри, перини), малоцінний інвентар для оснащення номерів (щітки для одягу та взуття, попільнички, набори столового посуду і приборів, вішалки, вази для квітів), обладнання для санвузлів (дзеркала, гумові килимки, озонатори, гачки і утримувачі для одягу, рушників, туалетного паперу, мильниці, склянки тощо), інвентар і речі санітарно-гігієнічного призначення (фени для сушіння волосся, набори предметів індивідуального користування, побутової хімії та фарб, електроприладдя і електролампи, запасні частини, сантехнічного устаткування – кранів, санітарного приладдя).

Враховуючи різний характер речей, що зберігаються у готельних господарствах, передбачається щонайменше два-три приміщення: для зберігання меблів і килимових виробів, для малоцінних та швидкозношуваних предметів та для запасного устаткування.

Для забезпечення ремонтних робіт, що виконуються безпосередньо у приміщеннях готелю, передбачають *майстерні*: столярну, слюсарносантехнічну, електротехнічну, механічну, малярну та інші.

Приміщення господарського і складського призначення повинні мати окремий вхід (завантажувальну, забезпечену під'їздом для автомашин) та обладнаний господарчий двір.

Група приміщень для зберігання інженерного устаткування розміщується у підвальних, верхніх або проміжних технічних поверхах будинків, а також у тих частинах цокольного і першого поверхів, що не мають природного освітлення і не можуть бути використані для приміщень іншого призначення.

Ця група складається з приміщень, в яких розміщуються кондиціонери, вентиляційні камери, холодильні машини, трансформаторні підстанції, бойлерні з камерами для кондиціювання повітря, акумуляторна, електрощитова та інше інженерне устаткування. Інженерне обладнання, що є джерелом шуму, розміщують в звукоізольованих приміщеннях. В будівлях великих багатоповерхових готелів для розміщення машинних і різних санітарно-технічних відділень відводиться цілий технічний поверх. До їх числа відносять бойлерні, приміщення для кондиціювання повітря, вентиляційні камери, приміщення для лічильників, акумуляторну, трансформаторні.

До споруд, що не мають комунальних інженерних мереж належать власні водозабірні і очисні споруди, каналізаційні колодязі, кабелі і джерела електроенергії тощо.

Управління інженерними системами здійснюється центральним диспетчерським пунктом (ЦДП), який поєднується з приміщеннями інженерного устаткування механічними підйомниками і системами електронного зв'язку

Організація приміщень пральні

Сучасні вимоги до зірковості готелів висувають жорсткі вимоги до якості їх послуг. Зокрема, починаючи з номерів I категорії в готелях 4* і 5* передбачено постільну білизну з натуральних тканин – льону бавовни, шовку. В готелі 3* передбачені послуги з прання і хімічного чищення одягу споживачів з терміном їх виконання – доба, а в готелях 4* і 5* цей вид послуг передбачений у варіанті «експрес-обслуговування». Передбачено і дрібний ремонт одягу клієнтів в готелях, починаючи з категорії готелю 3*. Все це вимагає наявності пральні чи ефективних контрактів з підприємствами побутового обслуговування. Наявність пральні в готелі має свої переваги:

- кошти на обробку білизни залишаються в готелі;
- економія на транспорті;
- повний контроль якості обробки білизни;
- повний контроль за якістю та термінами виконання замовлень клієнтів;
- можливість експлуатації обладнання в додаткову зміну в період піків відвідувань;

– можливість надання послуг з обробки білизни стороннім організаціям та населенню (тобто отримання додаткового доходу).

Для організації пральні підійдуть будь-які приміщення, різноманітних площ, на різних рівнях. Площа приміщення розраховується, виходячи з обсягу переробленої білизни та, відповідно, обладнання, що встановлюється. Є приклади, коли невеликі пральні ділянки розміщували в приміщеннях площею 6 кв. м. (1 пральна машина завантаженням 5 кг, 1 сушильна машина завантаженням в 5кг та прасувальний каток з шириною робочої зони до 100 см). Подібні міні-пральні можна організовувати як для елітного ресторану, так і для невеликого готелю на 10–15 номерів. Іншим варіантом може бути пральня самообслуговування. Сучасне обладнання для пральні повинно мати мінімальний рівень шуму – до 60 Дб, що дозволяє розміщувати його на будь яких поверххах приміщення.

Основними вимогами до облаштування та планування цих приміщень є відповідність критеріям СЕС:

- якість роботи в пральні має відповідати руху потоків білизни. Для того, щоб потоки брудної та чистої білизни не перетинались. Організують в робочому цеху два входи: через один вхід вноситься брудна білизна, через другий виноситься чиста. При відсутності другого входу можна організувати додаткове вікно для прийому або видачі білизни. Наявності двох входів вимагає також пожежна інспекція;

- підлога в пральні повинна мати гідроізоляцію та бути вкритою кахелем. В довершеності вони виконуються під нахилом та мають зливні трапи. Деякі відділення СЕС вимагають це в обов'язковому

порядку, щоб приміщення пральні мало можливість омиватися проточною водою;

- стіни на висоту 2м повинні бути вкриті кахелем;

- вимоги до електрообладнання регламентуються чинними ПУЕ та СНіПами для приміщень з підвищеною вологою: освітлювальні прилади, розподільні щити, розетки повинні бути вологобрызкозахищені. Технологічний процес в пральні складається з 4 етапів: - приймання, сортування та зберігання брудної білизни; - прання білизни; - сушіння/прасування; - пакування, зберігання та видача чистої білизни.

Відповідно до цього пральня повинна мати такі допоміжні приміщення: - склад брудної білизни; - склад чистої білизни; - приміщення для прибирального інвентарю, зберігання хімікатів та засобів миття; - побутова кімната для персоналу; - санвузол/душ.

Підбір комплекту обладнання для пральень необхідно починати з аналізу нижченаведених показників:

- орієнтація пральні (обслуговування населення, робота з корпоративними клієнтами, обслуговування потреб готелю та інше);

- тип білизни (пряме /фасонне/махрове) та їх співвідношення в загальному обсязі. Необхідно дотримуватися правил неповного завантаження машини (70–80% для бавовняно-паперових тканин, а для махри, бавовни, поліестру 60–50%);

- ступінь та специфіка забруднення білизни.

Для підбору оптимального комплекту обладнання та допоміжних елементів для пральні необхідно врахувати такі дані: кількість місць в готелі; маса комплекту на одне місце (постільна білизна з 1 ліжка важить 3–5 кг); частота зміни білизни (залежить від категорії готелю); обсяг ресторанної білизни; уніформа персоналу (заміна уніформи здійснюється 1 раз на тиждень, а вага 1 комплекту брудної сухої білизни – 1 кг); режим роботи пральні; потужність машин. Протягом 8-ми годинного робочого дня обладнання, зазвичай, здійснює 6 циклів роботи.

Для автоматизації виробничого процесу в пральні використовують різноманітні машини і механізми, які значно спрощують і полегшують працю працівників пральні:

- 1) Прально-віджимні машини;

- 2) тунельні пральні машини (розраховані на великий обсяг білизни);

- 3) сушильні машини;

- 4) машини для хімічної обробки виробів або машина мокрого чищення;

- 5) прасувальні машини, преси;
- 6) пароманекени;
- 7) складальні машини.

Щодо інвентарю, то в пральні застосовують: возики для білизни в розрахунку 1 возик на одиницю обладнання; стелажі з нержавіючої сталі; мийні вани для замочування білизни; вішалки для сухої та чистої білизни; пересувні вішала.

Організація приміщень центральної білизняної

Для зберігання постільної білизни та м'якого інвентарю в готелі передбачено центральну білизняну – сухе складське приміщення. Центральна білизняна поділяється на відділення чистої та брудної білизни. Вони повинні бути самостійними та ізольованими одне від одного. Центральне приміщення чистої білизни повинно мати зручне сполучення з поверховими приміщеннями для чистої білизни. Крім того передбачається приміщення для лагодження білизни, оснащене робочим столом, швейною машиною зі стільцями, засобами для прасування білизни.

Приміщення для брудної білизни може бути пов'язано з поверховим білизнопроводом, може розміщуватись і в підвальних приміщеннях. Основне призначення цього приміщення – накопичення і сортування білизни перед відправленням до пральні.

Для сполучення центральної білизняної з поверховими білизняними використовують білизно-провід або підйомники. Шахта підйомника повинна бути звукоізоляційною. Білизнопровід сконструйований таким чином, що мішки з брудною білизною потрапляють відразу до пральні. Якщо в готелі відсутній білизнопровід, то покоївка транспортує брудну білизну з контейнерів або візком до пральні, використовуючи службовий ліфт.

Норматив площі білизняної складає 0,33–0,39 м² на одне ліжко-місце в готелі.

Вимоги до приміщення для зберігання білизни:

- стіни і плінтуси повинні бути пофарбовані олійною фарбою світлого тону;
- білизняна повинна бути обладнана вентиляцією;
- підлога покрита кахелем, лінолеумом чи пластиком;
- електропроводка повинна відповідати протипожежним нормам;
- двері повинні мати спеціальний отвір, який виконує функцію прилавка для видачі білизни.

Приміщення для збирання чистої білизни повинно бути обладнане спеціальними столами та стелажамі.

Розмір стелажа залежить від необхідної кількості складських комірок. Складська комірka в стелажі шафи має бути глибиною 45–50 см, шириною та висотою по 110 см, щоб вмістити 200 простирадл, 100 підодіяльників, 400 наволочок і рушників. Для правильного зберігання та обліку предметів постільної білизни, їх доцільно складати пачками в комірки стелажа: простирадла – по 10 шт.; підодіяльники – по 5 шт.; рушники і наволочки по 10–20 шт. Пачки складають в стопки, при цьому кут верхнього предмету кожної пачки відтягують вперед на 3–5 см., щоб відділити одну пачку від іншої.

6.6. Організація приміщень культурно-дозвілєвого призначення

Залежно від категорії та типу готелю до структури приміщень допускається передбачати культурно-видовищні та дозвілєві заклади різного типу. Площі приміщень культурно-видовищного та дозвілєвого призначення, а також їх обладнання і технологічне забезпечення слід приймати згідно з вимогами ДБН В.2.2–16.

До складу приміщень культурно-масового обслуговування належать: універсальні зали і конференц-зали, танцювальні зали і диско-клуби, бібліотеки, більярдні, казино, кегельбани, зали гральних автоматів, демонстраційні зали, туристичні клуби, відеосалони.

Універсальні зали використовуються для проведення прийомів, презентацій, конференцій, виставок-ярмарків, нарад, симпозіумів, бенкетів. У таких залах використовуються трансформаційні меблі, для чого слід передбачити при залах спеціальні приміщення для тимчасового зберігання меблів.

Універсальні зали обладнують демонстраційною дошкою (екраном), маркерами, стереосистемою, трибуною. Для озвучування конференцій, семінарів, презентацій, виставок використовуються настільні мікрофони, радіо мікрофони, гучномовці та підсилювачі звуку. Для проведення презентацій використовуються: слайдопроектор, мультимедійний проектор, комп'ютери та екрани. Щоб під час проведення переговорів виступаючому не потрібно було підвищувати голос, а слухачам – напружувати слух, у залі використовують спеціальні сучасні звукопідсилювальні системи. Місце кожного учасника обладнується мікрофоном для виступів, гучномовцем для прослуховування інших доповідачів та кнопками вимкнення мікрофону і запиту на виступ.

Бібліотеки передбачаються здебільшого у готелях для відпочинку. До бібліотеки належать читальні зали, приміщення для зберігання книг і підсобні приміщення. Читальні зали передбачаються непрохідними, з одним входом і мають добре природне та штучне освітлення. У них відбувається видача і отримання книг, робота з книгою та експозиція періодичних видань, книг. Читальні зали обладнуються кафедрою видачі книг, читальними столами, книжними шафами або стелажими для книг, виставковими вітринами, стільцями. У читальних залах можуть бути організовані зони очікування поблизу зони видачі книг, котрі обладнуються меблями для відпочинку.

Більярдні організуються у приміщеннях холу, вітальні та в інших групах і призначені лише для мешканців готелю. У приміщенні встановлюються більярдні столи (малі розмірами 2250x1250 мм і великі розмірами 3850x2050 мм), стійки для кійів, шафи або полиць для куль, меблі для зони відпочинку і очікування. Більярдні столи розміщуються таким чином, аби навколо них була велика площа для вільного руху.

Кегельбани можуть замінювати більярдні. У них розміщується спеціальне обладнання, що складається з автоматів для подавання куль, встановлення кеглів, доріжок для прокатування куль, зона відпочинку і очікування.

6.7. Організація приміщень фізкультурно-оздоровчого призначення

У готелях категорії 3* та вище рекомендується передбачати приміщення та споруди фізкультурно-оздоровчого комплексу: плавального басейну, сауни, тренажерного залу, солярію, масажного кабінету тощо.

В готелях з високим рівнем комфорту передбачається блок спортивно-рекреаційних приміщень, склад та мінімальні площі яких залежать від місткості готелю.

Загальними вимогами до послуг спортивно-рекреаційного характеру є наявність залу або багатофункціонального приміщення для проведення спортивних ігор, тренувань з техніки туризму, басейну з можливістю тренувального і оздоровчого плавання, приміщення сауни, де можна зняти фізичну втому і напругу. Загальними вимогами є і створення озелененої території при готелях і майданчиках для спортивно-оздоровчих занять на повітрі.

Одночасну місткість спортивного або тренажерного залів рекомендується приймати не менше 10% місткості готелю, сауни – не менше 1%.

При спортивних залах і саунах можуть розташовуватись басейни. Басейни можуть бути і самостійними приміщеннями. Площу дзеркала води плавального басейну рекомендується приймати не менше 0,55 м² на одне місце в готелі. Сучасні технології дозволяють розміщувати закриті басейни на будь-яких поверхах, дахах. Зазвичай до складу басейну входять ванний зал, де розміщена ванна басейну, і ряд допоміжних приміщень для обслуговування відвідувачів і технічної експлуатації басейну.

Відкриті плавальні басейни, зокрема плескальні, роблять будь-якої форми: прямокутні, квадратні, круглі, складного контуру. Такі басейни часто обладнують табоганами, системою зустрічної течії для спортивного плавання, водоспадом для масажу верхнього плечового торсу і голови, гідромасажними форсунками. Навколо басейнів облаштовують обхідні доріжки і рекреаційний майданчик, де можна розмістити шезлонги, лави для відпочинку, бар.

Допоміжні приміщення басейнів поділяють на обслуговуючі (для відвідувачів), адміністративні, підсобні, технічні. Їх розміщують з однієї, двох або трьох сторін ванного залу. Технічні приміщення басейнів мають великі розміри і призначаються для подачі і очищення води, встановлення насосів, фільтрів, бойлерів, водомірів й іншого устаткування. В готелях категорій 4* і 5* при приміщеннях фізкультурно-оздоровчого призначення слід передбачати медичний кабінет.

Отже, приміщення нежитлової групи в готелі призначенні для якісного надання додаткових послуг та підтримки, якості основних послуг. Їх наявність формує основу для розширення асортименту додаткових послуг, а структура та площа залежить від категорії готелю, його типу та місткості.

Питання для обговорення.

1. Назвіть і дайте коротку характеристику головних функціональних типів приміщень вестибюльної групи у готелях.
2. У чому полягає особливість формування вестибюльної групи приміщень готелів і ресторанів?
3. Від чого залежить наявність приміщень культурно-масового обслуговування і спортивно-рекреаційних, їх склад?
7. Згідно з якими критеріями формується група приміщень адміністрації готельного підприємства?
8. Що входить до групи службових і господарських приміщень, групи приміщень інженерного устаткування готельного підприємства?
9. Обґрунтуйте необхідність наявності групи приміщень торговопобутового обслуговування в структурі готелю.
10. Основні вимоги, що висуваються до басейнів, спортивних та тренажерних залів.

Тема 7. Теоретичні основи сервісної діяльності

- 7.1 Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю.
- 7.3 Характеристика основних моделей гостинності.
- 7.4 Поняття технології гостинності. Моделі сервісного процесу.

1 Сервісна діяльність як основа продуктивної активності готелю

Готельне господарство як елемент інфраструктури виступає показником облаштованості соціального простору в рамках міста, способом зміцнення зв'язків, перетворення їх на систему інтеграційних процесів, де реалізується соціально-культурний обмін, розвивається культура пізнання.

Головна риса готельного господарства полягає в розширенні власної затребуваності через створення клієнтських стосунків, в яких визначальними стають функціональні якості гостинності.

Функціональні якості гостинності виражаються через розвиток сервісних структур, відносин суб'єктів і об'єктів, а також через відтворення стійкого соціально-культурного настрою людей.

Суб'єктом сервісу в готельному господарстві є професійний організатор з реалізацією функціональної сервісної спрямованості.

Об'єктом виступає відвідувач, що тимчасово мешкає в номері готелю. Суб'єкти перетворюють тимчасове проживання об'єкту на надійний, ефективний спосіб подолання втоми. Створений комфорт в готелі виступає системою гарантій культурно-психологічної стійкості, що спрямована на зміцнення життєдайних якостей відвідувача.

Крім того, готельне господарство як самостійний елемент інфраструктури вирішує одне з протиріч між індивідуальними потребами людини та відчуженням соціального середовища (як то – самотність, безвихідне становище, незахищеність). І тут саме сервіс в

готельному господарстві формує у відвідувачів *стійке соціально-психологічне самопочуття та надійний захист, які досягаються комплексом заходів*

(матеріальні умови готелю, ефективна сервісна діяльність), що носить назву **«продуктивна активність готелю»**. В основі продуктивної активності готелю лежить філософія бізнесу. В свою чергу філософія реалізується на основі темоцентричної акції.

Темоцентрична взаємна акція – це метод встановлення балансу стану індивідуума, його відносин з іншими та загальною задачею (модель групової роботи «Інтерація (взаємодія), сконцентрована на темах (TZI)» розроблена швейцарською психоаналітиком Рут Кон). Розвиток темоцентричної акції в системі продуктивної активності готелю – явище тонкої дипломатії, яка визначає цінність гостинності, а саме: формування психотерапевтичного ефекту.

В готельній сфері темоцентрична акція – метод встановлення балансу між ступенем комфортності гостя та основними функціональними задачами готелю. Даний метод передбачає пріоритет в подоланні перепон, виправленні порушень, що пов'язані з комфортним перебуванням гостя в готелі. Тому розвиток темоцентричної акції – це явище тонкої дипломатії, яке визначає цінність гостинності – формування психотерапевтичного ефекту, захищає практичну суть готельного господарства і визначає його конкурентоспроможність (рис. 7.1).

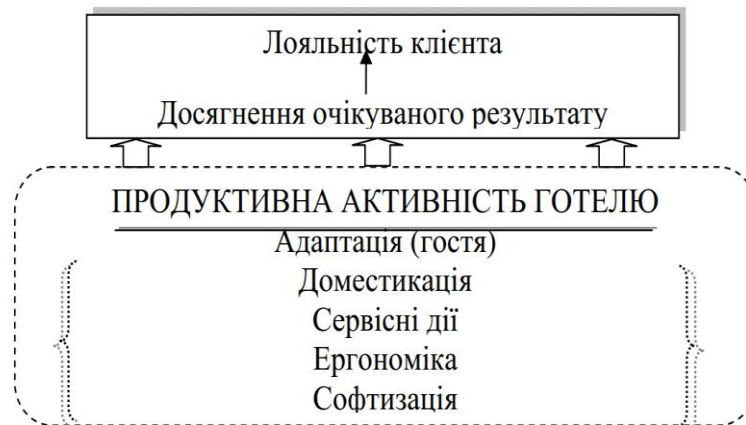


Рис. 7.1. Система забезпечення лояльності клієнта в готелі

Філософія готельного бізнесу ґрунтується на прагненні сформувати певні темоцентричні ефекти, щоб забезпечити *стійке соціальнопсихологічне самопочуття та надійний захист* (досягти продуктивної активності) у гостей, які досягаються комплексом заходів. Здійснити це можна за рахунок:

- 1) **адаптації** – процесу пристосування до змін середовища;
- 2) **доместикації** (від лат. Domesticus – «домашній») наближення умов перебування гостя в готелі до домашніх;
- 3) **сервісних дій**, серед яких пріоритет залишається за технологією гостинності;
- 4) **ергономіки** (від давньогрецької *ергос* (дія, робота), *номос* (закон, порядок)) – дій щодо організації простору, оснований на дотриманні комфорту, зручності, екології, безпечності речей, що оточують людину, та спрямовані на досягнення очікуваного нею результату. Завдяки ергономіці успішно ведеться робота з профілактики «професійних» захворювань, підвищується емоційний стан, продуктивність праці;
- 5) **софтизації** – процесу перетворення нематеріальних засобів (послуг, інтелектуального потенціалу, рівня підготовки персоналу) на важливий фактор економічного розвитку готелю.

Розглянемо ці складові більш детально.

Адаптація. Прибуття гостя в готель супроводжується потребою в задоволенні його багаточисельних бажань. Він прагне швидше відпочити, відчути очікуваний результат від задуманих планів, відчути безпомилковість вибору, побачити оригінальність нового місця, привітну гостинність. За зустріччю відвідувачів слідує: надання номерів, характеристика

умов для мешкання; режим роботи готелю. У такій ситуації будь-яке відхилення від очікуваного результату – це вибух емоцій, виникнення неминучого конфлікту. І, як результат, вторма активізує агресивність в його характері. *До адаптаційних ознак слід віднести:* блиск предметів санітарно-гігієнічного призначення; забезпеченість аксесуарним приладдям; свіжість порт'єр; безшумність роботи дверей; чистоту вікон та інше. «Родзинкою» аксесуарів може бути: свіжа квітка у вазі, мінеральні напої; інформація про готель, про місто; про розташування готелю, про інші культурні об'єкти. Аксесуарне оформлення номера створює піднесений емоційний настрій, зміцнює асоціації того, що тут ретельно готувалися до прийому гостей.

Домістикація. Поселення в номер готелю – подія об'ємного характеру. Темоцентрична акція, усуваючи «дрібниці», формує *домістикацію*, яка враховує як соціально-психологічний чинник, так і національно-культурну особливість відвідувачів. Як відомо, використання деталей в облаштуванні готельного номера може підсилити відчуження, а може оперативного його усунути. Головною умовою домістикації є *сервісні дії*, серед яких пріоритет надається технології гостинності. В усіх технологічних аспектах матеріальної основи гостинності реалізується тактика «невидимих процесів». Збалансований в такий спосіб номер готується до розкриття сервісних стосунків. Він стає об'єктом бізнесу, відмітні якості якого припускають:

- 1) відповідність рівня умов розміщення фінансовим витратам;
- 2) створену базу для обслуговування клієнта;
- 3) формування умов для відновлення сил відвідувачів;
- 4) виконання заявленої оферти (обіцяних умов) нормативним вимогам.

Ергономіка. Порядок в ергономіці – це система дій, спрямованих на досягнення очікуваного результату. У готелі очікуваним результатом вважається стійке самопочуття клієнтів, в якому переважають:

- увага до прохань клієнта;
- доступність послуг;
- яскравість вражень від місця перебування.

Чистота в системі ергономіки підтримує мажорну життєдіяльність, примножуючи чинник оздоровлення і безпеки. *Реалізація даного показника передбачає:* свіже повітря, безвідмовну роботу санітарно-гігієнічного устаткування, справні меблі, аромат свіжості постільної білизни. Порядок, що гарантує безпеку і зберігання сил, стає основою соціального настрою. На практиці це розкривається як турбота про споживачів, про їхнє фізичне і моральне самопочуття, позитивне емоційне враження. Стійкість соціальнопсихологічних вражень виключають негативні оцінки. А якщо такі виявляються, то вони збільшують підґрунтя для конфлікту. У зв'язку з цим негативні оцінки обслуговування можуть викликати хвилю обурення щодо невідповідності фінансових витрат рівню послуг.

Софтизація. Розвиток софтизації в готельному господарстві допомагає забезпечити значний організаційно-технологічний комплекс заходів, що передбачає:

- формування цінності обслуговуючої праці як чинника відновлення і зберігання здоров'я людей;
- проведення своєчасної ротації персоналу (уникати звичних дій в роботі персоналу з метою підвищення відповідальності виконавців за доручену справу);
- винагороду «за працю» адекватну «ставленням до справи».

7.2. Поняття технології гостинності. Моделі сервісного процесу

Надання послуги, її проектування і сам процес обслуговування мають кінцеву мету – прийняти споживача та задовольнити його потреби.

Поняття споживач є основним у концепції гостинності як сфери послуг і має історичні корені.

Прийом гостя, гостинність – фундаментальні поняття людської цивілізації. Людське життя має перебіг у певному просторі, і наука семіотика поділяє простір людського життя

на два просторових поля: замкнене і розімкнене. «Замкнене поле» – простір, «окреслений» людиною у вигляді «кола надійності та безпеки» для здійснення основних психофізіологічних функцій.

У потребі «замкненого простору» проявляються біологічні особливості людської природи – від материнської утроби, доісторичної печери до сучасної квартири і котеджу. «Мій дім – моя фортеця», – говорить англійське прислів'я. «Будинок – машина для житла», за визначенням французького архітектора Ле Корбюзьє.

Прагнення «обладнати», створити комфортні умови життя виводить людину із «замкненого просторового поля» у «далеке» для нього поле. Бути допущеним до тимчасового перебування в ньому, одержати підтримку і допомогу в обмін на гарантію такого самого ставлення до себе – це і є гостинність.

Гостинність – комплексна послуга, якій притаманні певні споживчі властивості, створення позитивного образу підприємства, що, зрештою, має покласти основу для «вторинного попиту» на послуги.

Позитивний образ у сфері гостинності має створюватися за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності, комфортного середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності. Сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі має бути скоординована розробкою моделі гостинності.

Середовище гостинності багато в чому визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників (ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності). Найбільший вплив на середовище гостинності мають економічні і політичні чинники.

Технологія гостинності – це виробництво послуг, якість яких визначається створенням комфортних умов середовища гостинності, проявом персональної уваги до гостя, забезпеченням позитивного іміджу підприємства.

Структура виробництва послуг визначається наявністю відповідних ресурсів, розробкою технологічних процесів, їх випробуванням, контролем, прийомом, оцінкою і процесом обслуговування.



Рис. 7.1. - Процес надання послуг

Сукупна взаємодія умов гостинності в єдиному технологічному процесі виробництва послуг має бути скоординована розробкою «моделі гостинності», складові якої «споживач – послуга – середовище» лягли в основу розробки концепцій гостинності: технологічної, гуманітарної, комерційної.

Технологічна концепція визначає організацію комфортних умов гостинності через створення технологічного стандарту (рис. 7.2)

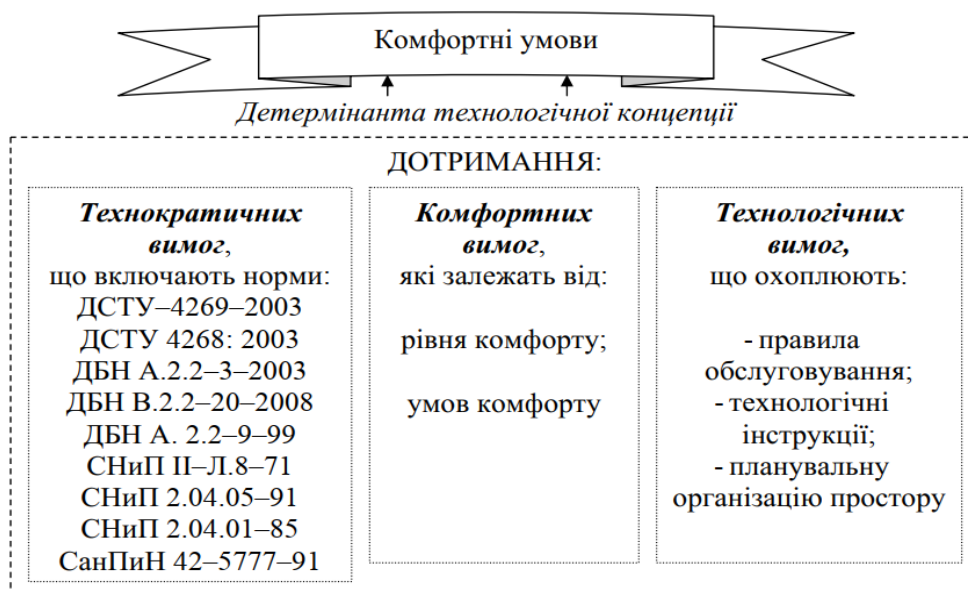


Рис. 7.2 - Технологічна концепція гостинності

Сучасна стандартизація готельних підприємств визначається поєднанням Державних будівельних норм України (ДБН), санітарних правил і норм (СНіП, СанПін), правил пожежної безпеки, державних стандартів (ДСТУ). Фундаментом для розробки технологічного стандарту є необхідність уніфікації технологічних процесів.

Детермінантою *гуманітарної концепції гостинності* є гасло: «Клієнт завжди має рацію», яка вимагає гостинної поведінки від обслуговуючого персоналу (рис. 7.3).



Рис. 7.3 - Гуманітарна концепція гостинності

Створення чітких стандартів поведінки, що спираються на корпоративну культуру і моральні вимоги до персоналу сприяє підвищенню якості обслуговування.

Вимога якості готельних послуг визначає розробку *комерційної концепції гостинності*, в основі якої лежить врахування динаміки цін і послуг (рис. 7.4).

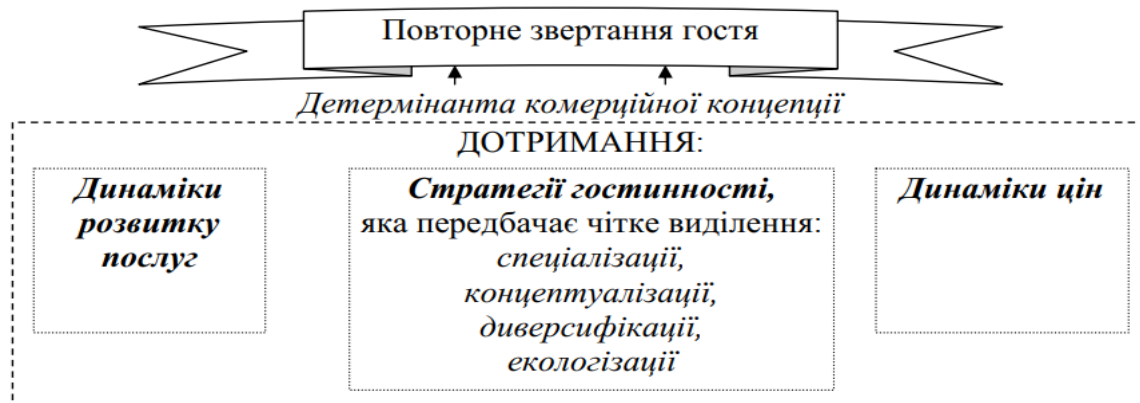


Рис. 7.4.- Комерційна концепція гостинності

Послуги підприємств гостинності мають легко адаптуватися відповідно до потреб та

вимог гостей. Детермінантом комерційної концепції гостинності є повторне звертання клієнтів. Аналізуючи потреби таких клієнтів, можна визначити стратегію гостинності через формування філософії підприємства: його концептуалізації, спеціалізації, диверсифікації й екологізації. Сучасна стратегія надання готельних послуг дає змогу розширити їх асортимент і є засобом як виживання, так і пошуку нових «ніш ринку».

Неодмінною умовою ринкового успіху послуги є сервіс. За відсутності сервісного обслуговування послуга втрачає свою споживчу цінність (чи частину її), стає не конкурентоспроможною й відкидається споживачем.

Організація сервісу – це досить складний комплекс технічних, маркетингових і комерційних елементів, які залежать від специфіки продукції, ступеня розвитку ринку, гостроти конкуренції та інших ринкових чинників.

Існують певні правила організації ефективного сервісу

Таблиця 22 – Правила організації ефективного сервісу

Напрямок	Зміст
Стратегія	Для кожного сегмента ринку продавець повинен з'ясувати, який рівень сервісу покупець вважає відмінним. Цей рівень має бути описаний і обіцяний покупцеві з гарантією виконання.
Зв'язок з покупцем	Реклама і нерекламні статті, що доносять до покупця гарантії, – шлях до формування купівельних переваг, інших зв'язків між фірмою і клієнтами.
Вимоги до свого персоналу	Мають бути розроблені стандарти обслуговування, обов'язкові для виконання усіма співробітниками сервісної служби.
Навчання персоналу сервісної служби	Стандарти обслуговування мають бути доведені до усіх співробітників фірми, так чи інакше пов'язаних з сервісом і постачанням.
Мета – «нуль дефектів»	а) мінімальна кількість елементів (ланок) служби сервісу від прийняття замовлення до його виконання; б) прагнення персоналу до безпомилкових дій, шляхом навчання і тренування персоналу, вдосконалення структури і технології сервісної роботи.

Для моделювання сервісно-виробничого процесу у розгорнутому вигляді розробляється його структурна схема з урахуванням здійснення у певній послідовності наступних основних етапів (частин): зустріч, реєстрація і розміщення; організація проживання; організація харчування; організація надання додаткових послуг.

Метою моделювання сервісно-виробничого процесу є підготовка інформаційної бази для подальших технологічних та інженерних розрахунків і обґрунтувань, розроблення об'ємно-планувальних рішень будівлі готелю. Для моделювання необхідно підготувати і викласти інформацію про зміст, окремі характеристики і параметри технологічних процесів, які здійснюються на кожному з вказаних етапів сервісно-виробничого процесу в готелі певного типу і категорії.

Моделювання сервісно-виробничого процесу здійснюється шляхом розроблення моделей, які відображають зв'язок між об'єктами технологічного процесу у вигляді блок-схем (рис.7.5).

Модель являє собою графічно-схематичне зображення послідовності здійснення технологічного процесу, його стадій і операцій та містить інформацію про матеріально-технічне забезпечення (апаратне оформлення) процесу. Модель сервісного процесу в готелі має відповідати його концепції, зірковості та відображати основні елементи його специфіки. Отже, сервісні моделі розробляються на основні етапи сервісовиробничого процесу згідно з функцією готелю, а саме: зустріч, реєстрація і розміщення гостей; організація проживання; організація харчування; організація надання додаткових послуг.

Модель сервісного процесу в готелі іншого типу буде висвітлювати його особливості та повинна виконуватися з дотриманням певних технологічних вимог.

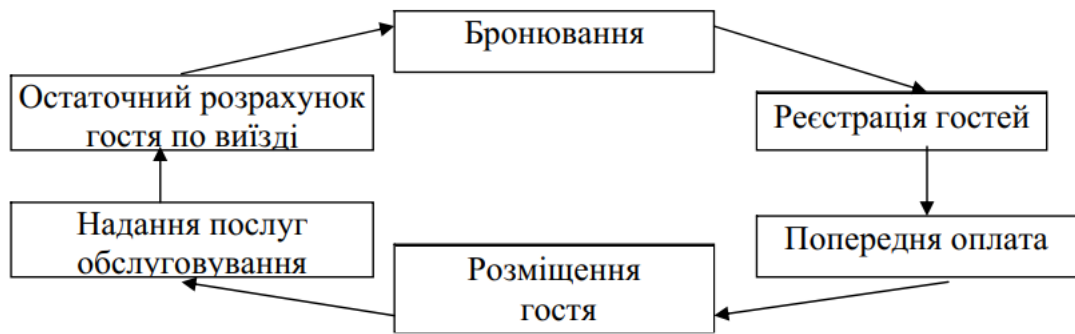


Рис. 7.5. Технологічний цикл обслуговування в готелі

Технологія – це інструменти, устаткування, процеси, дії, матеріали, потрібні для перетворення ресурсів у товари і послуги, що випускаються.

Основними технологічними складовими є технологічні процеси, що охоплюють технологічні цикли, технологічні операції й технологічні елементи, які відповідають основній функції певного виробництва: готельне підприємство надає «дах»; ресторан – харчування; туристична фірма – тур.

Основні технологічні процеси включають технологічні цикли, що утворюють робочі зони в основному технологічного процесі. *Технологічні цикли поділяються* на основні, допоміжні й обслуговувальні.

Основний технологічний цикл визначається умовами гостинності: культурою і якістю обслуговування, формою організації праці (індивідуальна чи бригадна), видами клінінгових технологій. Розрізняють три види основних технологічних циклів: замкнутий, розімкнутий, технологія гостинності.

Допоміжні технологічні процеси забезпечують умови, необхідні для здійснення основних процесів: контроль за технічним і естетичним станом устаткування та помешкань, їхнє обслуговування і ремонт, що спираються на корпоративну культуру і моральні вимоги до персоналу та сприяють підвищенню якості обслуговування.

Допоміжні технологічні цикли забезпечують умови, необхідні для здійснення основних циклів: контроль за технічним і естетичним станом устаткування і приміщень, їхнє обслуговування і ремонт. Розрізняють два види допоміжних технологічних циклів: технологічний цикл контролю за технічним і естетичним етапом приміщень і технологічний цикл контролю за технічним станом устаткування, механізмів і автоматики.

Обслуговувальні технологічні цикли пов'язані з експлуатацією устаткування і приміщень (прибирання, чищення), зберіганням і переміщенням сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції, інформації. Вони здійснюються складськими, транспортними і технічними службами.

Розрізняють шість видів обслуговуючих технологічних циклів: - клінінговий житлових приміщень, - клінінговий нежитлових приміщень, - ведення білизняного господарства, - використання засобів для миття і чищення, - інформаційні технології.

Технологічні операції є складовими технологічних циклів. Вони невеликі за обсягом, нетривалі за часом, відносно самостійні, розрізняються за призначенням і ступенем механізації.

За призначенням розрізняють такі операції:

технологічні – зміна якісного стану предмета праці, зміна просторового положення (транспортні, вантажно-розвантажувальні операції) продукту в межах даного технологічного процесу;

обслуговувальні – ремонт, прибирання, складування продукту;

вимірвальні (оцінні) – перевірка відповідності всіх складових технологічного процесу заданим стандартам.

Разом з тим, єдиних стандартів щодо здійснення технологічних операцій не існує. Кожен готель в межах своєї стратегії, категорії, фінансових можливостей, якості меблів,

текстилю, сантехнічного обладнання на власний розсуд формує технологію догляду за матеріально-технічною базою чи іншою технологічною операцією. Наприклад, для підвищення якості прибирання та єдиного розуміння персоналом еталона (кінцевого вигляду предмета прибирання) їх роботи в готелях складається та затверджується виробнича документація, котра описує та нормує технологічні процеси і яку можна поділити на первинну і вторинну.

Первинна документація – це пакет документів, що регламентують роботи в цілому по готелю. Вторинною (внутрішньою) – є документація, котра регламентує дії на кожному робочому місці та представлена інструкціями (технологічними картками), графіками робіт, фотографіями – еталонами кінцевого стану прибирання (еталон заправлення ліжка, розкладання предметів індивідуального догляду у ванній кімнаті та ін.).

Технологічна карта – детальний опис дій працівника під час проведення робіт на конкретній робочій ділянці. Цей документ може змінюватися відповідно до факторів, що впливають на прибирання, стан об'єкта, до нових методів і технологічних процесів, нових вимог, зміни обсягів і графіків роботи.

Технологічна карта має містити наступну інформацію:

- назва готелю, номер робочої ділянки;
 - час початку і закінчення зміни, час початку і закінчення етапів робіт, час прибирання (час зазначають для підтримки продуктивності роботи працівників);
 - межа зони з однаковими методами роботи (до цих зон входять приміщення, котрі розташовуються поряд та мають аналогічне покриття підлоги та обстановку);
 - обладнання, що необхідно застосувати;
 - метод прибирання (визначається згідно з покриттям підлоги).
- Відповідно до чого методи прибирання поділяють на: механізовані та ручні; сухі та вологі);
- хімічні засоби, їх витрати та розчинення (препарати для прибирання підбираються відповідно до наявних предметів облаштування об'єкта, покриття стін, підлоги, структури текстилю, сантехніки);
 - процедура проведення робіт.

Технологічна карта будується за принципом покрокового проведення робіт і дозволяє контролювати та аналізувати роботу персоналу, правильність використання обладнання, інвентарю, витратних матеріалів і хімічних засобів.

Отже, технологічні процеси в готелях є однаковими і спрямовані на забезпечення високих стандартів якості обслуговування, а технологічні операції в готелях різняться. Залежать вони від рівня оснащення готелю, від ставлення працівників готелю до критеріїв якості. Але в кожному готелі якість технічного обслуговування забезпечується технологічною документацією, якою є стандарти, інструкції, технологічні карти та ін.

Технологічний цикл обслуговування – це уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх надання, яким має намір скористатись клієнт і який пропонує засіб розміщення. Перелік послуг, їхня якість можуть бути варіативними, але основні етапи надання головних послуг завжди забезпечуються в певній послідовності.

Гостьовий цикл – це поетапний розподіл бізнесової активності готелю, який ідентифікує фізичні контакти та фінансові обміни між клієнтами та співробітниками готельного підприємства. Він описує дії, через які проходить кожен гість з моменту подачі заявки на проживання до повного виїзду з готелю.

Технологічний алгоритм гостьового циклу умовно включає чотири етапи :

1. До приїзду в готель (Pre-Arrival).
2. Прибуття клієнта в готель (Arrival).
3. Проживання в готелі (Occupancy).
4. Виїзд (Departure), остаточна оплата гостем послуг готелю.

Кожен з етапів циклу – це сукупність систематичних дій, пов'язаних з:

- *Функціонуванням служб готельного підприємства* (рис. 5.2);

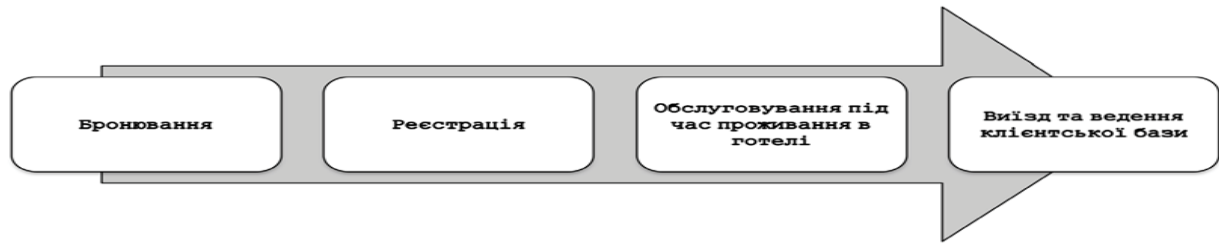


Рис. 7.6. Система дій функціонального характеру

– веденням бухгалтерії, пов'язаної з перебуванням гостей готелі (рис. 5.3).

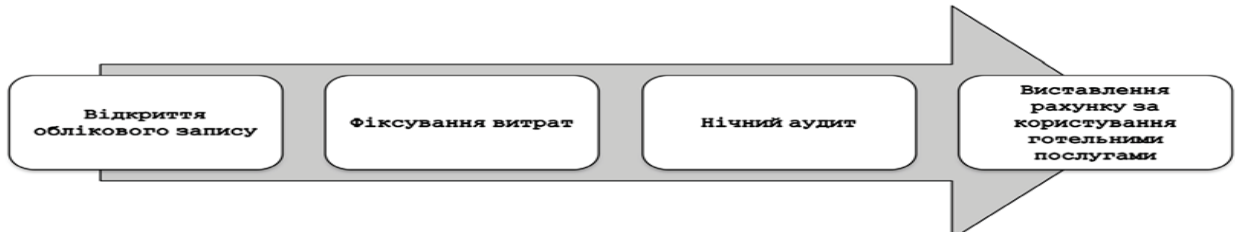


Рис. 7.7. Система дій фінансово-бухгалтерського характеру

Кожна фаза циклу повинна супроводжуватися професійним обслуговуванням з урахуванням очікувань і побажань клієнтів.

Фаза «до приїзду в готель» починається з першого факту спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю заздалегідь до прибуття гостя у засіб розміщення. Саме в цей період формується вибір споживачем готелю, на який впливають такі чинники, як: попередній досвід, реклама, рекомендації знайомих, туристичних агенцій або ділових партнерів, розташування готелю, упередження, засновані на назві готелю або інформації про її власника, програми лояльності, знижки, простота процедури бронювання послуг, гостинність, приємна манера розмови, професіоналізм, обізнаність в готельному продукті агента з бронювання та ін.

Позитивним результатом такої взаємодії слугує оформлення заявки на бронювання та реєстрація її в журналі реєстрації заявок на бронювання номерів. Занесення такого запису ініціює початок гостьового циклу. Окрім того, заявка на бронювання містить детальну інформацію про специфічні потреби клієнта та допомагає персоналізувати готельні послуги і відповідним чином планувати необхідний персонал і матеріальні ресурси. Деталі, отримані під час бронювання, допомагають співробітникам готелю в предреєстраційній діяльності, сутність якої є: заповнення анкети проживаючого (реєстраційної картки), завчасне визначення номера і тарифу, оформлення бухгалтерських бланків клієнта, визначення додаткових послуг службами готелю тощо.

Відділ бронювання повинен завершити процес попередньої реєстрації і підготовки фоліо гостя (лише для автоматизованих систем). Це дозволить в кінцевому підсумку збільшити продажі номерів за рахунок точного контролю наявності вільних номерів і прогнозування доходів з номера.

Фоліо – це рахунок гостя, де міститься інформація про всі транзакції і здійснюються наступні операції: продаж, нарахування, оплата, повернення тощо.

З моменту отримання заявки на проживання до фактичного прибуття клієнта в готелі відбуваються ряд технологічних операцій вказаного етапу гостьового циклу, а саме:

- отримання заявки на бронювання та занесення інформації до форми бланка бронювання;
- занесення даних клієнта в систему та отримання номера підтвердження заявки на бронювання;
- відправка (повідомлення) номера підтвердження бронювання клієнту;
- здійснення відповідних дій щодо гарантованого бронювання;
- надається статус «заброньовано» певним номерам, вони вилучаються із загальної кількості доступних номерів;
- здійснюються інші приготування до заїзду гостя.

Фаза «*прибуття клієнта в готель*» включає в себе реєстраційну процедуру та заселення гостя в наданий номер. За окремим запитом клієнта, етап може розпочатися з зустрічі на вокзалі, в аеропорту, трансфером у готель. Цей етап проходить з активним залученням служби прийому та розміщення. Після прибуття в готель гість встановлює ділові відносини з готелем саме через представників служби прийому та розміщення. Співробітники служби зобов'язані роз'яснювати будь-які питання, особливо ті, які пов'язані з вартістю заброньованих номерів.

На цьому етапі важливо виявити категорію (статус) клієнтів. Можна виділити наступні категорії гостей:

- walk-in guest («гість з вулиці») – гість, що зробив замовлення на стійці ресепшен. Наявність такої категорії гостей відкриває можливості застосування професійних навичок з продажу номерів співробітниками служби прийому та розміщення: знання інфраструктури готельного підприємства, категорій номерів, тарифів та спеціальних пропозицій, вміння підкреслити конкурентні переваги та позитивні риси готельних послуг тощо;

- «очікуваний» гість – гість, що зробив бронювання заздалегідь та отримав передреєстраційний статус.

Для «очікуваних» гостей пропонується ознайомлення з реєстраційною карткою (анкетой проживаючого) для підтвердження інформації, занесеної до неї напередодні. Оскільки взаємовідносини клієнта та готелю мають юридичний характер, підпис на вказаному документі є обов'язковим. Процес реєстрації вважається завершеним в момент підтвердження способу оплати і дати від'їзду гостя. Клієнту видають ключі від номера та супроводжують в номер за допомогою представників коридорної групи або менеджера по роботі з клієнтами.

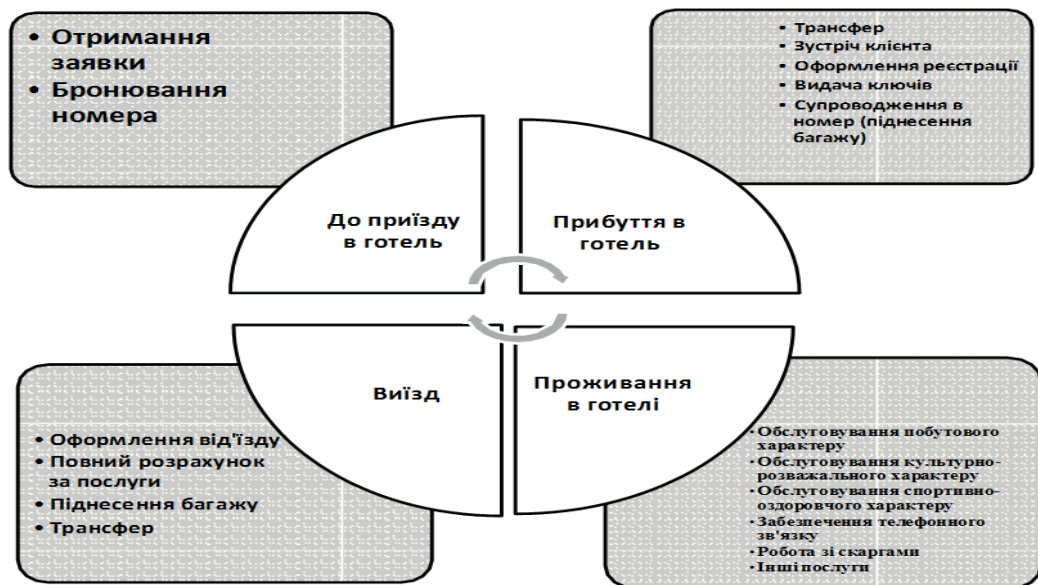


Рис. 7.8. Технологічні операції основних етапів гостьового циклу

Етап «*проживання в готелі*» є найтривалішим і пов'язаний з обслуговуванням побутового, культурно-розважального, спортивно-оздоровчого характеру відповідними службами готелю. Саме фаза проживання в готелі формує позитивний або негативний досвід перебування в закладах розміщення. Успішна реалізація цього етапу залежить від злагодженої роботи служби прийому та розміщення з іншими підрозділами готелю. Виступаючи центром комунікації готельної діяльності, фронт-офіс відповідає за координацію запитів гостя. Головна мета – сформувати лояльність до закладу розміщення.

Під час останнього етапу «*виїзд*» відбувається оформлення остаточних розрахунків за надані послуги та від'їзд клієнта (за бажанням клієнта готель може забезпечити трансфер). Процедура оформлення виїзду включає:

- звільнення номера;
- отримання остаточного повного розрахунку;
- повернення ключів;
- від'їзд клієнта.

Необхідно завжди цікавитися ступенем задоволення клієнта отриманими готельними послугами та заохочувати повторні візити до готелю. Після від'їзду гостя необхідно оновити статус доступності номера та сповістити господарську службу. Таким чином, кожній фазі гостьового циклу притаманна певна сукупність технологічних операцій, послідовне та професійне виконання яких забезпечує високу якість готельного сервісу.

Питання для самоконтролю

1. Що являє собою поняття «сервісна діяльність»?
2. Сутність продуктивної активності готелю.
3. Що являє собою поняття «темоцентрична взаємна акція»?
4. Сформулюйте закон енергетичної ефективності
5. Що являє собою поняття «готельна послуга»?
6. Охарактеризуйте основні та додаткові готельні послуги
7. Назвіть основні особливості готельних послуг
8. Характеристика американської моделі гостинності
9. Характеристика європейської моделі гостинності
10. Характеристика азійської моделі гостинності
11. Характеристика східно-європейської моделі гостинності
12. Сутність технології та технологічної документації.

Лекція 8 Організація роботи служби прийому та розміщення

- 8.1. Функції і завдання служби прийому і розміщення
- 8.2. Організація роботи служби прийому і розміщення
- 8.3 Технологія прийому та реєстрації в готелі

8.1. Функції і завдання служби прийому і розміщення

В готелі розрізняють служби переднього (front of the house) і заднього (back of the house) планів. Працівники служб переднього плану активно взаємодіють з гостями та безпосередньо зайняті виробництвом послуг (обслуговуванням). До їх числа відносять служби прийому і розміщення, службу обслуговування, службу експлуатації номерного фонду, службу бронювання та інші служби з надання додаткових послуг (за їх наявності). Працівники служб заднього плану практично не контактують з гостями безпосередньо і виконують адміністративні функції; до таких служб прийнято відносити інженерні і технічні служби, господарську службу, бухгалтерію, комерційну службу, відділ кадрів тощо.

Служба прийому та розміщення (СПтР) є основним структурним підрозділом готельного підприємства, що безпосередньо займається прийомом, розміщенням та обслуговуванням клієнтів. Це перша служба, з якої починається знайомство споживача з готелем і діяльність якої багато в чому формує відгуки гостей про якість обслуговування. СПтР – це «обличчя» готелю, і в більшості випадків спілкування гостя з готелем обмежується взаємодією з представниками вказаної служби. В іншомовній літературі часто зустрічаються терміни «Front office», «Reserption», які співвідносяться за змістовним значенням зі службою прийому та розміщення.

Основними завданнями, що виконуються службою прийому і розміщення, є: бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різних інформаційних послуг, стягування плати за мешкання, ведення документації.

Служба прийому і розміщення також веде базу даних з інформацією про гостей і стан номерного фонду. Дана служба працює в цілодобовому режимі, з денною, вечірньою і нічною змінами.

Основними працівниками цього підрозділу є адміністратори, порт'є, телефоністи, менеджери служби бронювання, підносики багажу.

Фахівці служби прийому зобов'язані вміти не тільки добре знатися на питаннях бронювання номерів і брати участь в заселенні постояльців, але й вміти залагоджувати конфлікти з клієнтами, бути дипломатичними в тих випадках, коли ексцентричність клієнта виходить за рамки здорового глузду.

У структурі служби прийому і розміщення прийнято виділяти Front Desk (стійку прийому і розміщення, стійку адміністратора, порт'є, Reception) і Front Office. За стійкою прийому і розміщення працюють менеджери прийому і розміщення (порт'є, чергові адміністратори), нічні аудиторы, можуть бути конс'єржі, але, зазвичай, передбачається окрема стійка конс'єржів. Ця служба є основним інформаційним вузлом будь-якого готелю, оскільки тут знаходиться поточна інформація про споживачів послуг, які перебувають в готелі, а також про тих, хто прибуває чи вибуває, про стан номерного фонду, про поточні організаційні заходи в готелі, рахунки споживачів послуг. Ця інформація обробляється, розподіляється і є основою для координації діяльності інших служб, зайнятих в обслуговуванні (служба покоївок, інженерний відділ, ресторани і бари та ін.).

Служба прийому і розміщення (Front Office) найчастіше контактує і здійснює взаємодію з гостями впродовж всього процесу обслуговування, починаючи з моменту першого звертання споживача послуг гостя в готель і до моменту його виписки. Ця служба реалізує велике число найважливіших функцій, а її персонал зазвичай складає 10–15% всіх працівників готелю. Керує роботою служби менеджер відділу прийому і розміщення (Front Office manager).

Для цієї служби існує неофіційне обмеження віку – до 30 років, але воно залишається на розсуд адміністрації.

Персонал служби прийому і розміщення взаємодіє з клієнтами і має найтриваліший контакт з ними. За прийнятою в індустрії гостинності оцінкою якості обслуговування і системи його підтримки служба прийому і розміщення є головною «точкою зіткнення», за якою оцінюється весь готель в цілому.

Негативні враження споживача послуг від цієї служби можуть перерости в негативне враження від готелю. Нетактовне запитання, «неправильна», з точки зору клієнта, інтонація можуть викликати його негативну реакцію набагато більшої сили, ніж задоволення від того, що його просто добре обслужили.

Важливо, аби вся інформація про резервування номера перебувала на стійці порт'є (вартість і тип номера, спосіб оплати, можливості номера).

Функції служби прийому і розміщення полягають у:

- процесі реєстрації гостей, розподілі та реалізації номерів;
- обробці замовлень на бронювання, коли в готелі немає спеціального підрозділу або коли він закритий;
- координації всіх видів обслуговування клієнтів;
- забезпеченні гостей інформацією про готель, місцеві визначні пам'ятки та іншою інформацією;
- забезпеченні керівництва готелю точними даними про використання номерного фонду (звіт про статус номерів);
- підготовці та видачі платіжних документів (рахунків) за надані послуги і здійсненні остаточних розрахунків зі споживачами.

Служба порт'є здійснює контроль за номерним фондом готелю, веде картотеку зайнятості номерів, наявності вільних місць та виконує функції інформаційного центру.

Таблиця 8.1.– Склад персоналу служби прийому і розміщення готелю

Функціональна зона	Найменування посади	Функціональні обов'язки працівника
1. Стіяка реєстрації	Адміністратор портье	<ul style="list-style-type: none"> • Реєстрація гостей • Визначення форм і розмірів депозитів, авторизація кредитних карт гостей • Підготовка і видача ключів від номерів • Внесення реєстраційних записів про гостя в інформаційну систему • Інформаційне обслуговування • Продаж номерів гостям без попереднього бронювання
	Касир	<ul style="list-style-type: none"> • Обробка і обслуговування рахунків гостей • Нарахування і прийом платежів • Контроль поточної заборгованості • Підготовка розрахункової документації і звітів • Нарахування сум, що залишилися
2. Вхід в готель	Швейцар	<ul style="list-style-type: none"> • Зустріч гостей біля входу готелі • Піднос багажу в хол готелю • Контроль потоку машин перед входом
3. Хол готелю	Конс'єрж	<ul style="list-style-type: none"> • Заамовлення транспорту для зустрічі/проводів гостей • Надання транспорту готелю в оренду • Заамовлення театральних, екскурсійних, авіа- та залізничних квитків • Інформаційне обслуговування гостей в готелі
	Менеджер зі зв'язків з гостями	<ul style="list-style-type: none"> • Здійснення комунікацій з клієнтами готелю • Розгляд скарг і побажань гостей • Організації зустрічі і надання додаткових послуг VIP-гостям
	Піднощик багажу (белмен)	<ul style="list-style-type: none"> • Супровід гостя та його багажу в номер після реєстрації • Здача і видача багажу з камери схову • Повідомлення необхідної інформації про готель
	Посильний	<ul style="list-style-type: none"> • Доставка пошти, газет, приватних повідомлень до номера • Інформаційне повідомлення між службами готелю
4. Телефонний вузол, комутатор	Телефоністка	<ul style="list-style-type: none"> • Отримання зовнішніх дзвінків, надання інформації про готель зовнішнім абонентам • Здійснення зв'язку зовнішніх абонентів з гостями і працівниками готелю • Планування побудок, передача повідомлень

Процес обслуговування гостей в готелях всіх категорій можна представити у вигляді наступних етапів

Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг» виконавець повинен забезпечити цілодобове оформлення споживачів, що прибувають в готель і убувають з нього, що зумовлює змінний характер роботи служби прийому і розміщення.

Таблиця 8.2 – Операційний процес обслуговування в готелі

Процес	Персонал	Документи	Оплата
Попереднє замовлення місць в готелі	Менеджер відділу бронювання чи служби прийому	Заявка на бронь. Гарантія оплати	Включається до рахунку при реєстрації.
Зустріч	Гаражна служба, швейцар, посильний	–	Чайові
Реєстрація	Адміністратор служби прийому, портьє, касир	Анкета, дозвіл на поселення, рахунок, візитна карта	За рахунком, який складається з тарифу на місця, податків, спеціальних зборів
Надання основних і додаткових послуг	Служба прийому, служба покоївок, служба харчування, гаражна служба, аніматори, медичні	Замовлення на послуги можна зробити в усній формі або заповнивши бланк замовлення	За рахунком відповідно до встановлених тарифів на послуги
Остаточний розрахунок й оформлення виїзду	Адміністратор портьє, касир	Рахунок	За рахунком

Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», затверджених Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р., готелі зобов'язані надавати клієнту необхідну, об'єктивну, доступну і своєчасну інформацію про готельні послуги. Саме на етапі реєстрації клієнта інформація доводиться до його відома у доступній, наочній формі і повинна розміщуватись у службі прийому і розміщення (рецепції) у зручному для огляду місці та містити: нормативні документи, згідно з вимогами яких повинні надаватись готельні послуги; правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг; свідоцтво про присвоєння готелю категорії; копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації; копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню; преїскурант на номери (місця); перелік основних послуг, що включені у ціну номера (місця); перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату; інформацію про форму і порядок оплати послуг; перелік категорій осіб, які мають право користуватися послугами на пільгових умовах у відповідності з законодавством; інформацію про роботу закладів ресторанного господарства, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших закладів, розташованих у готелі.

Якщо вони відсутні – інформацію про розташування і режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку і побутового обслуговування; інформацію про органи, що здійснюють захист прав споживачів.

Служба прийому і розміщення повинна забезпечувати максимальне завантаження готелю, не допускаючи необґрунтованих простоїв.

Співробітники служби прийому і розміщення мають бути охайно одягненими, мати бездоганний зовнішній вигляд. Персонал прийому і розміщення повинен поводитися належним чином і бути максимально відкритим і доброзичливим. З гостями слід розмовляти тільки стоячи. І найголовніше – не можна примушувати людей чекати.

Співробітники служби прийому і розміщення мають найбільш тісний контакт з гостями готелю і повинні мати такі якості: професійна манера поведінки; комунікабельність; гостинне ставлення; охайний зовнішній вигляд: одяг, зачіска; старанність, тактовність, доброзичливість, уважність.

Отже, працівники готелю (а особливо служби прийому і розміщення) мають бути зовні акуратними, ввічливими і уважними – це правило, якого слід неухильно

дотримуватися. Але специфіка готельної справи така, що добросовісного виконання своїх обов'язків недостатньо. Професійна майстерність працівників готелю визначається високою культурою обслуговування, яка об'єднує володіння знаннями психології та норм міжнародного етикету.

8.2 Організація роботи служби прийому і розміщення

Служба прийому і розміщення знаходиться в головному вестибюлі біля входу та складається з двох частин: Front office, власне стійка, і Back office – приміщення за стійкою, поза полем зору гостей.

Стійка адміністратора може бути висотою 110–120 см з робочими столами всередині шириною 80–85 см та висотою 85 см.

Розміри і конфігурація столу (стійки), а також кількість людей, що працюють за ним, залежать від розмірів самого готелю. Чим більше готель, тим більше службовців буде працювати за стійкою. Стійка прийому і розміщення ділиться на три секції: секція реєстрації; секція касових операцій; секція інформації та пошти.

Площа робочого простору на одного співробітника визначається довжиною розмаху рук.

Робоче місце адміністратора облаштовується: комп'ютером з автоматизованою системою управління; професійним лазерним принтером для друкування рахунків; авторизаційною машиною для прокату кредитних карток; електричні прокатними машинами для пластикових кредитних карток; терміналом для кодування ключів (монітор з клавіатурою і прокатним механізмом); цифровою багатоканальною телефонною станцією; факсом; копіювальною машиною; детектором для перевірки оригінальності грошових купюр; калькулятором; інформаційно-ключовим щитом; документацією; канцелярськими товарами; інформаційними проспектами.

Перед стійкою передбачається простір, що дозволяє уникати скупченості під час реєстрації великих груп. Службовці за стійкою повинні працювати стоячи.

У міжнародній практиці прийнято три зміни роботи служби прийому і розміщення: денна, з 7.00 до 15.00 (робота сконцентрована на проведенні з гостями розрахунків за мешкання в готелі, надання інформації гостям);

вечірня, з 15.00 до 23.00 (беручи за основу план завантаження номерів, розпочатий ранковою зміною, денний менеджер продовжує приймати (оформляти) гостей);

нічна, з 23.00 до 7.00 (коли всі оформлення закінчені, зазвичай до 1.00, менеджер складає рахунки, які не були враховані попередніми змінами, після чого він підводить підсумок (баланс) за цілий день (добу), враховуючи всі витрати і платежі).

На кожного співробітника служби прийому і розміщення має бути сформована папка з такою документацією: посадові інструкції; стандарти поведінки; процедури (докладні дії та їх послідовність, аж до дрібних нюансів; це свого роду підказки та пояснення до всього, що доводиться робити на робочому місці); накази та додаткові положення, які регулюють роботу даного співробітника; положення про персонал – документ, в якому регламентується питання про вимоги до зовнішнього вигляду і поведінки на роботі, про випробувальний термін, навчання, умови роботи, обідній час, місце паркування особистого транспорту, правила паління, телефонних розмов та ін.

Під кожним з перерахованих документів співробітник розписується. Основними нормативними документами, що регулюють діяльність цієї служби є:

1. «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг» (Наказ Державної туристичної адміністрації № 19 від 16.03.2004 р.);
2. Правила користування і внутрішнього розпорядку (внутрішній стандарт готелю);
3. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (Постанова КМУ від 15.03.2006 р. № 297).

8.3 Технологія прийому та реєстрації в готелі

Процес реєстрації гостя в готелі умовно можна поділити на такі етапи: передреєстраційний; документальне оформлення реєстрації; визначення номера; оплата

готельних послуг; видача ключів від номера, супровід гостя у номер. Тривалість процедури реєстрації споживача готельних послуг не повинна перевищувати 5 хв.

1. *Передреєстраційний етап* передбачає процедури попередньої реєстрації та трансферу. Процедура бронювання номеру значно прискорює реєстрацію гостя в момент його прибуття до готелю через те, що заздалегідь до його приїзду оформляється анкета проживаючого (реєстраційна картка). На момент реєстрації клієнт має надати відповідну інформацію черговому адміністратору, який здійснить запис у Журналі реєстрації заявок на бронювання номерів (місць) (форма № 7–Г).

Одночасно з оформленням броні визначається номер для поселення, тарифи, узгоджуються умови надання додаткових послуг іншими службами готелю. Більш детально процедуру бронювання номерів буде описано в наступній темі.

2. *Документальне оформлення гостя* здійснюється на основі «Інструкції про порядок ведення документообігу при наданні готельних послуг», в якій визначено, що при застосуванні спеціалізованого програмного забезпечення для ведення документообігу готель може використовувати форми документів у електронному вигляді за умови зберігання вхідних даних обліку. А при використанні готелем сертифікованих і зареєстрованих комп'ютерних систем для розрахунків порядок використання форм звітності визначається готелем самостійно. Інші додаткові відомості, необхідні для маркетингової роботи готелю, можуть бути внесені до загальних рекомендованих форм за рішенням адміністрації готелю (табл. 8.4).

Таблиця 8.3 – Перелік загальних форм первинних документів

№ форми	Назва документа форми
1–Г	Анкета проживаючого
2–Г	Реєстраційна картка Registration card
3–Г	Візитна картка Hotel card
4–Г	Рахунок/Invoice
5–Г	Журнал обліку громадян, які проживають у готелі
6–Г	Журнал обліку іноземців, які проживають у готелі
7–Г	Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів
8–Г	Касовий звіт
9–Г	Відомості руху номерів у готелі
10–Г	Журнал осіб, які проживають на поверсі

Дизайн форм документів первинного обліку готель обирає індивідуально на власний розсуд. При цьому дизайн повинен враховувати ознаки особистого фірмового стилю готелю, елементи відомостей про мешканця (споживача готельних послуг) та можливість як електронного, так і ручного заповнення документа.

Процедура реєстрації гостя розпочинається з пред'явлення документа, що підтверджує особу, заповнення на його даних анкети мешканця (форма № 1-Г) і внесення їх до Журналу обліку громадян, які проживають у готелі (форма № 5-Г). Після реєстрації документ повертають власнику (відповідно до п. 2.5 Наказу № 77/44 та п. 23 «Положення про паспорт громадянина України», затвердженого Постановою Верховної Ради України від 02.09.93р., забороняється вилучення паспорта під заставу у громадян, що поселяються до готелю), а анкету заносять до картотеки.

Анкети зберігаються в службі прийому і розміщення готелю та розташовуються у картотеках в алфавітному порядку. Для зберігання анкет в готелі ведуться дві картотеки: в першій – анкети громадян, які проживають у готелі; в другій – анкети громадян, що виїхали з готелю зберігаються протягом місяця. Після цього анкети передаються до архіву і зберігаються там протягом року, а потім знищуються за актом.

Іноземних громадян та осіб без громадянства у готелях України поселяють на загальних підставах у разі подання національних паспортів іноземців або документів, що засвідчують їх особу (права водія тощо). Реєстраційна картка оформляється за формою №

2-Г. двома мовами: українською та англійською. Реєстраційні картки зберігають протягом двох років, після чого разом з журналом обліку іноземців та осіб без громадянства (форма №6-Г) знищують за актом.

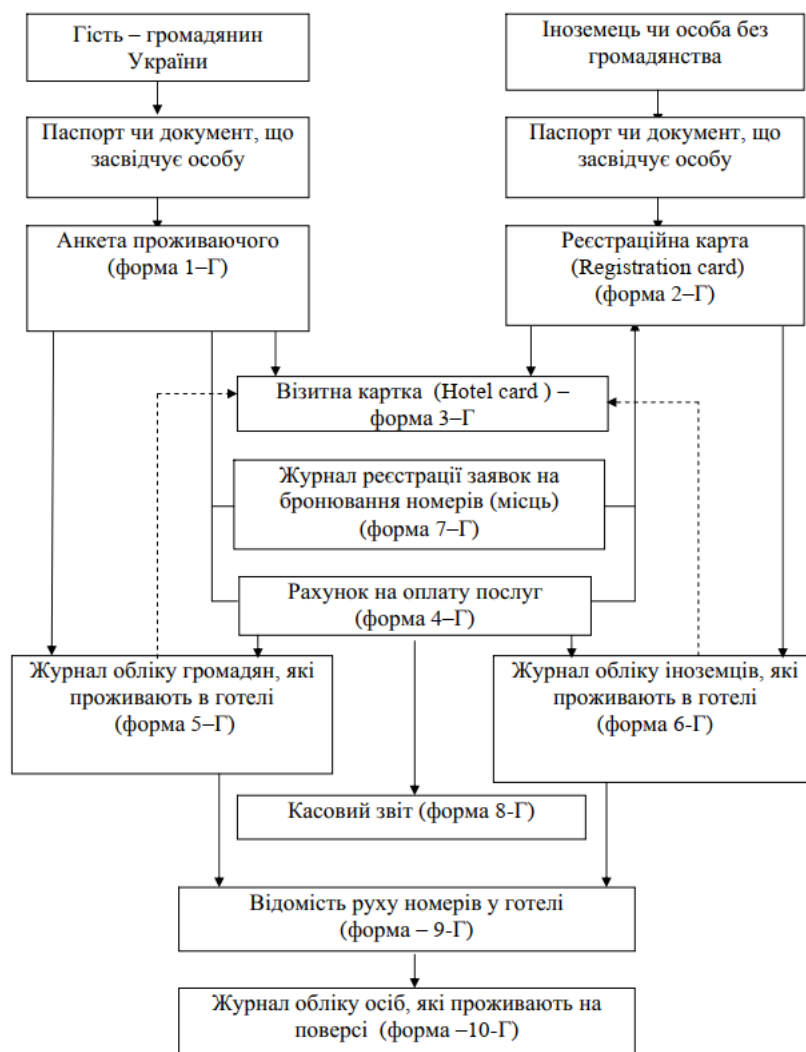


Рисунок 8.1 – Послідовність документального оформлення готельних послуг

В «Анкеті» та «Реєстраційній картці» зазначають: прізвище, ім'я та по – батькові; дата народження; місце народження; серія, номер паспорта, коли і ким виданий; адреса постійного місця проживання; мета приїзду; тривалість проживання. Черговий адміністратор зазначає ідентифікаційний код і код за ДКУД, назву готелю, номер кімнати, дату прибуття та від'їзду. Анкета проживаючого та реєстраційна картка підписується споживачем готельних послуг.

Після процедури оформлення громадянину видається візитна картка (форма № 3-Г) готелю, яка надає йому право на отримання ключів від номера та обслуговування службами готелю. Візитна картка заповнюється адміністратором. Візитна картка заповнюється портьє (адміністратором) на підставі анкети (форма № 1-Г) чи реєстраційної картки (форма № 2-Г).

Реєстрація індивідуального туриста не повинна перевищувати 5 хвилин, а групи туристів – 15 хвилин, і вони мають стати приємними для гостя. Якщо з якої-небудь причини оформлення триває довше, то потрібно запропонувати вітальний напій: сік, каву, келих вина, мінеральну воду в залежності від статусу групи.

Протягом всієї процедури адміністратор повинен залишатися спокійним і доброзичливим. За міжнародними стандартами необхідною вимогою індивідуального обслуговування є звертання до гостя за іменем.

Визначення номера

Фаховий обов'язок чергового адміністратора (порт'є) стосується чіткого знання категорій та статусів номерів (*статус номера означає його поточний стан, наприклад, номер перебуває на прибиранні, в ремонті, заброньований чи вільний, куди виходять вікна*), системи тарифів та їхньої зміни впродовж року. Відсутність інформації простою номерів – найголовніша проблема служб прийому та розміщення, бронювання, обслуговування номерів і технічної служби. Вона виникає у зв'язку з несвоєчасним внесенням інформації до електронної системи управління готелем персоналом зазначених вище служб. У процесі поселення споживачів черговий адміністратор повинен бути переконаним у можливості їх розміщення в той чи інший номер. Невідповідність номера його статусу може спричинити труднощі, збої в роботі служби прийому та розміщення, погіршення якості обслуговування, зрештою, втрату іміджу готелем.

Для оперативного обліку готельних послуг, отримання інформації про кількість проживаючих у готелі і кількість вільних місць (номерів) використовуються форми № 5-Г, 6-Г, 9-Г, 10-Г. В сучасних готелях технологічна документація формується автоматично після внесення даних про реєстрацію гостя до комп'ютерної бази. Відповідно до чого можна отримати миттєво інформацію щодо: - номери зайняті, вільні чи на броні; список номерів, сплачених до 12-ї години; дні виїзду гостей та звільнення номерів; номерів, які очікують на заїзд; номерів, які заброньовані керівництвом; номерів, до яких планується VIP-заїзд; - номерів для вільного поселення; списку постійних гостей готелю; списку небажаних гостей готелю; статистики на день, місяць, рік.

Перший облік номерів проводиться рано вранці. Тоді ж слід зарезервувати кілька різних номерів на непередбачений випадок, нагадати гостю, що йому пора їхати, але примушувати гостя до від'їзду не можна. Найкращі номери надаються: постійним гостям; VIP-персонам; партнерам по бізнесу; гостям, що чекали з вини готелю; у випадку відсутності замовленого номера; у випадку необхідності заміни номера.

Кожного разу, коли це можливо, адміністратор повинен запропонувати гостю більш дорогий номер.

Існують деякі особливості поселення організованих туристів (туристичних груп). Для груп вважається традиційно достатнім двомісне розміщення в готелі «2–3 зірки» з обов'язковими зручностями в номері (ванна, душ, туалет, гаряча вода). Оскільки вибір номерів для заселення здійснюється під час їх бронювання, то перед днем приїзду групи, номери повинні бути обов'язково проінспектовані. Розміщення групи проводиться за допомогою керівника тургрупи. Туристам вручають маленькі конверти, де знаходяться: ключ, карта гостя та допоміжна інформація. Споживачі самостійно направляються до своїх номерів.

Дітей поселяють в готель у супроводі дорослих. Реєстрація проводиться за паспортом батьків, а при груповому розміщенні – за свідоцтвом про народження.

При розселенні іноземних туристів слід враховувати їх національні особливості та традиції.

У процесі бронювання та експлуатації номерного фонду використовуються міжнародні стандарти щодо позначення структури заїзду та контингенту гостей у вигляді кольорової помітки:

- коричневий – вільне поселення, «клієнти з вулиці»;
- червоний – «особливо важлива персона», VIP-гість;
- жовтий – учасники заходів (фестивалі, виставки, наради тощо);
- зелений – представник головної фірми;
- синій – представник інших організацій.

Ці ж позначення використовують при складанні графіків заїзду, в експлуатаційній документації (зайнятість номерного фонду), при обслуговуванні.

Видача ключів. Видача ключів від номера завершує процес реєстрації споживачів послуг у готелях. Здійснює цей процес порт'є (адміністратор).

Водночас, в обов'язки порт'є входить дотримання контролю за зберіганням ключів. Дотримання регламентованих у готелі інструкцій щодо руху ключів – важливий пункт забезпечення безпеки перебування клієнтів, їхнього майна та іміджу готелю.

У деяких готелях після видачі ключів споживача, за його згодою, може супроводжувати посильний. Окрім допомоги у перенесенні багажу посильний може охарактеризувати номер, надати інформацію загального характеру про обслуговування у готелі, а саме: розташування, режим роботи підприємств, що надають додаткові послуги, місцевий колорит. Після прибуття до номера посильний за побажанням споживача може надати інструкцію щодо функціональної структури приміщень номера, особливостей роботи побутової техніки, норм безпеки у користуванні обладнанням номера та ін.

Якщо готель не може забезпечити поселення клієнта з причини відсутності номерів або форс-мажорних обставин, черговий адміністратор повинен повідомити про це клієнта, вибачитись та запропонувати інший найближчий з подібними умовами готель. Якщо клієнт погоджується, черговий адміністратор повинен зв'язатись з готелем і визначити можливість задовольнити умови клієнта.

У подібних ситуаціях важливу роль відіграє співпраця між готелями. Готельні підприємства, особливо із близьким розташуванням, подібною спеціалізацією, на ринку виступають не тільки як конкуренти, а й як партнери, що вирішують спільні проблеми. Кожен готель повинен мати тісну співпрацю щонайменше з 2–3 подібними закладами.

Реєстрація зміни номерів. У випадку, якщо у рахунку клієнта виникають зміни, касир або порт'є повинен здійснити їхню реєстрацію. Зміни можуть виникати у випадку:

- помилкового визначення вартості номера;
- зміни оплати номера у зв'язку з виїздом одного або декількох клієнтів, якщо один або декілька з групи залишаються у номері;
- переходом клієнта з одного номера до іншого;
- поселення іншого клієнта в номер;
- виправлення у написанні прізвища, імені, по - батькові;
- термінові від'їзди, наприклад членів авіа екіпажу.

Відмітки про зміни у рахунку здійснюються у двох примірниках. У першому примірнику адміністратор реєструє зміни, і відразу передає їх касиру. Якщо клієнт бажає перейти до іншого номера, адміністратор повинен повідомити про це піднощика багажу, оператора телефонного зв'язку, пральню і покоївку. Другий примірник залишається у адміністратора для внесення виправлень в реєстраційних анкетах або внесення до файлу при наявності комп'ютерної системи в управлінні процесом прийому і розміщення.

Відкриття рахунка клієнта. Після реєстрації клієнта, касир служби прийому і розміщення відкриває рахунок з користування номером. Після відкриття рахунка на ньому проставляється порядковий номер особистої картки для зберігання порядкової послідовності ведення картотеки. При використанні комп'ютеризованої системи порядковий номер проставляється автоматично.

Касир служби прийому і розміщення несе відповідальність за внесення будь-якої оплати за номер у рахунок клієнта (форма № 3-Г)

Плата за проживання справляється відповідно до єдиної розрахункової години (12-ї години) з використанням РРО (реєстратор розрахункових операцій) або з оформленням прибуткових і видаткових касових ордерів (в разі оплати готельних послуг, при цьому послуги ресторанів окремо оплачуються тільки через РРО).

Деякі готелі для залучення клієнтів використовують гнучку систему розрахунків. Зокрема, на випадок раннього заїзду чи пізнього виїзду.

При розміщенні до розрахункової години (з 0 до 12 год.) плата за проживання не береться. У випадку затримки від'їзду гостя плата за проживання здійснюється в наступному порядку: – не більше 6 годин після розрахункової години – погодинна оплата; – від 6 до 12 годин після розрахункової години – плата за половину доби; – від 12 до 24 годин після розрахункової години – плата береться за повну добу.

Слід зазначити, що подібна система розрахунків не є обов'язковою та застосовується на власний розсуд адміністрації готелю.

Під час оплати готельних послуг адміністратором виписується рахунок (форма № 4-Г) у двох примірниках: перший видається мешканцю, другий здається до бухгалтерії. В рахунку наводиться вартість основних і додаткових послуг з урахуванням ПДВ (податку на додану вартість). Рахунок оформляється за будь-якої форми обробки документа (ручної чи електронної) і за будь-якого виду розрахунку (готівкового чи безготівкового). Рахунок є бланком суворої звітності.

На підставі складених рахунків касир, адміністратор або інша особа, яка виконує розрахунки, складає в одному примірнику касовий звіт (форма № 8-Г), який щоденно здається до бухгалтерії разом з одним примірником рахунку та касовою стрічкою РРО

В рахунку наводиться перелік наданих послуг, їх вартість. Суми ПДВ наводяться в цілому по рахунку. Окремо зазначається сума повернених коштів.

Повернення коштів здійснюється, якщо сплачена при поселенні сума не використовується повністю (наприклад, у разі дострокового від'їзду), і оформляється у такому порядку:

- адміністратор отримує від мешканця попередні розрахункові документи;
- мешканець подає заяву про повернення коштів на ім'я керівництва готелю у довільній формі, яка є підставою для повернення коштів;
- касир повертає кошти після пред'явлення паспорта (або іншого документа) з оформленням видаткового касового ордера або з реєстрацією видачі коштів через РРО;
- мешканцю повертають розрахункові документи за фактично отримані послуги з відміткою про повернення невикористаної суми.

Касовий звіт також є бланком суворої звітності.

Квитанція за користування автостоянкою готелю (форма № 10-Г) виписується на автостоянках готельного комплексу на підставі технічного паспорта та документа, що засвідчує особу, при прийманні та видачі автотранспортного засобу у двох примірниках: перший примірник квитанції видається платнику, другий – здається до бухгалтерії. У квитанції суми оплати і тариф вписуються: гривні – прописом, копійки – цифрами. Квитанція є бланком суворої звітності.

Існують такі способи розрахунку у готелях:

- готівкою;
- пластиковою карткою;
- безготівковий, в т.ч. за гостьовою кредитною карткою;
- касовими чеками;
- автоматизовану систему Інтернет.

Рішення про спосіб розрахунку приймає адміністрація готелю.

Використання пластикових карток передбачає створення в готелі певних організаційних та технічних умов їх проведення. Насамперед, планово-економічний відділ готелю повинен розробити та довести до відома служб інструкцію оплати кредитними картками. Фінансова служба повинна тісно співпрацювати з банками для отримання комплексної інформації щодо використання електронних засобів у розрахунках. У службі прийому і розміщення способом розрахунку пластиковими картками повинні досконало володіти касир, черговий адміністратор.

При здійсненні розрахунку кредитною карткою касир повинен перевірити термін її дії. Якщо картка прострочена, клієнт повинен розрахуватись іншим способом. Окрім перевірки терміну дії касир повинен переконатись у тому, що картка належить саме цьому клієнту. Перевірка картки здійснюється через комп'ютерну систему або по телефону з банком емітентом.

Після підтвердження дієздатності кредитної картки касир здійснює запис даних картки на квитанції, водночас вказує термін дії картки. Ці записи підтверджують факт дотримання інструкції обслуговування електронних карток у готелі.

Звіт про проживання за безготівковим розрахунком у готелі складається у двох примірниках. Перший – разом з картою на бронь номерів передається до бухгалтерії для складання рахунку на оплату, другий – залишається у розрахунковій частині.

Окремою формою розрахунку може бути кредит за гостьовою кредитною картою попередньо визначений на певну суму між готелем і клієнтом. Якщо сума оплати послуг клієнтом більша попередньо визначеної, готель повинен уточнити прогнозований розрахунок з клієнтом за кредитною картою до його від'їзду. Проте, якщо клієнт від'їжджає раніше запланованого терміну, його кредит призупиняється.

У системі безготівкової форми розрахунку оплата послуг в окремих готелях може проводитись шляхом збільшення кредиту гостям на основі кредитної угоди, «прямих зобов'язань» (векселів). Якщо спроможність клієнта сплатити за наданий кредит висока, він повинен заповнити заявку на кредит і передати її черговому адміністратору на зберігання. При від'їзді клієнт ознайомлюється з сумою рахунку, після його схвалення підписує рахунок і заяву про обов'язкове зберігання в архіві.

Використання касових чеків. Готелі, у яких приймають розрахунок чеками повинні здійснювати підтвердження особи власника чеків. Касир служби прийому і розміщення або черговий адміністратор повинен порівняти фотографію і підпис клієнта на чеках з його зовнішністю і підписом. Для забезпечення підтвердження чека готелі приймають розрахунки чеками у період роботи банків. Найчастіше оплата чеками забезпечується за основні послуги, додаткові послуги оплачуються готівкою або кредитними картками.

З метою уникнення фінансових втрат в процесі роботи з чеками персонал служби прийому і розміщення повинен дотримуватись таких рекомендацій:

- підпис чеків персоналом готелю як свідчення платоспроможності здійснюється після остаточної перевірки банківською установою;
- на чеках повинна проставлятися дата здійснення платежу;
- чеки повинні виписуватись на готель, а не на пред'явника.

Розрахункові системи в Інтернеті. Оплата готельних послуг здійснюється у формі кредитних, дебетних схем і електронних грошей. Кредитні розрахунки здійснюються аналогічно використанню кредитних карток. Під час придбання готельних послуг клієнт пересилає до готелю номер своєї кредитної картки, з якої знімається обумовлена сума.

Дебетна схема працює з використанням дебетних карток. Розрахунок здійснюється шляхом введення клієнтом номера картки і PIN-коду до електронної комунікаційної мережі.

Система електронних грошей аналогічна обігу готівкових грошей. Виділяється два типи цифрової готівки: готівка, що зберігається на старткартках, і готівка на жорсткому диску комп'ютера. Всі розрахунки здійснюються через банківські установи. У системі електронних грошей запис на картці або жорсткому диску прирівнюється до певної готівкової суми в одній з валют. Ця сума може конвертуватись або передаватись безпосередньо по каналах зв'язку між продавцем і споживачем.

Технологія оформлення від'їзду клієнта:

- якщо клієнт повідомляє про від'їзд, необхідно дізнатись про номер кімнати його проживання;
- касир повинен отримати особисті дані про клієнта і перевірити його анкету (за наявності комп'ютерної системи - перевірити файл);
- касир повинен перевірити отримання клієнтом додаткових послуг у готелі, насамперед безпосередньо перед від'їздом (наприклад, клієнти перед від'їздом часто відвідують ресторан і рахунок ще не надійшов на реєстрацію та не внесений у рахунок клієнта);
- касир повинен вказати суму оплати;
- касир повинен прийняти оплату згідно з рахунком, зареєструвати її, вказати час реєстрації у журналі обліку громадян, які проживають у готелі, та в анкеті проживаючого або у реєстраційній картці

Питання для самоконтролю:

1. Які особливості організації роботи служби прийому та розміщення?
2. Які нормативні документи регулюють діяльність служби прийому та розміщення?
3. Які основні функції виконує служба прийому та розміщення?
4. Які виділяють етапи процесу обслуговування гостей в готелі?
242
5. Які вимоги висуваються до співробітників служби прийому та розміщення?
6. Чим відрізняється процес оформлення проживання у готелі громадянина України та іноземного громадянина?
7. Як відбувається поселення в готель групи туристів?
8. Охарактеризуйте міжнародні стандарти колірної позначення структури заїзду та контингенту гостей.
9. Яку інформацію про стан номерного фонду повинен знати черговий адміністратор?
10. В яких випадках можуть виникати зміни в рахунку клієнта?
11. Як здійснюється повернення коштів гостю, якщо сплачена при поселенні сума не використана повністю?
12. Які методи розрахунку можуть використовуватися в готелях?
13. Як відбувається оформлення від'їзду клієнта?

Лекція 9. Організація та технологія бронювання послуг

9.1. Функції і завдання відділу бронювання в готелі.

9.2 Типи резервування (бронювання).

9.3 Технологія бронювання

9.1 Функції та завдання відділу бронювання

Процес обслуговування гостей починається з того, що вони попередньо замовляють місця або номери в готелі, тобто їх бронюють. Для гостя це зручно тому що при приїзду в готель у нього не виникає труднощів із заселенням до заявленого номеру та з оформленням документів. Заявки на бронювання від клієнтів надходять до служби прийому і розміщення або до відділу бронювання. Під час попереднього бронювання процес реєстрації займає менше часу, оскільки дані про клієнта адміністратору вже відомі.

До функцій відділу бронювання відносять:

1. Складання необхідної документації: графіків заїзду на кожен день (тиждень, місяць, квартал, рік), карти руху номерного фонду;
2. Прийом заявок та їх обробка. Прийом заявок здійснюється телефоном, факсом, поштою (лист або телеграма), за допомогою комп'ютерних систем бронювання.

Після відповідної обробки заявки співробітником служби бронювання гостю направляється підтвердження або відмова.

Підтвердження заявки – це спеціальне повідомлення про те, що гостя буде розміщено в готелі. Зазвичай на повідомленні вказується номер підтвердження, дата передбачуваного прибуття і вибуття гостя, категорія замовленого номера, кількість гостей, кількість ліжок і інші спеціально оговорені вимоги. Для того щоб ще раз уточнити всі деталі розміщення, а також уникнути виникнення спірних питань, бажано, щоб після прибуття в готель повідомлення було в гостя з собою.

У своїй діяльності готельні підприємства дуже часто вдаються до гарантованого підтвердження заявок. Це означає, що вони підтверджують бронювання лише після отримання від клієнта відповідних гарантій оплати на випадок, якщо клієнт прибуде із запізненням або взагалі не прибуде. Такими гарантіями насамперед є передплата в розмірі 50% або 100% вартості добового розміщення або розміщення протягом усього терміну, а також інформація про номер кредитної картки клієнта. Однак у цьому випадку необхідно,

щоб у законодавстві держави, в якій розташований готель, були передбачені суворі норми відповідальності за відмову клієнта від підтвердженого готелем бронювання.

Намагаючись знизити збиток від неявки гостей, що здійснили бронювання, готелі приймають такі рішення:

1. Неявка гостя вважається додатковою втратою і враховується при виробленні цінової політики;
2. Готелі виставляють гостям рахунки – неустойки (вартість номера за вирахуванням зекономлених витрат);
3. При бронюванні потрібна передплата або інформація про номер кредитної картки;
4. Готелі здійснюють «подвійне бронювання», тобто бронюють місця понад наявних (на 5%, 10%, 15%). В міжнародній практиці дана операція отримала назву «овербукинг» (від англ. «overbooking» – «перебронювання», «надлишкове бронювання») – бронювання чи продаж одного й того ж місця в готелі двом чи більше особам. В ситуації овербукинга заброньоване місце отримує той клієнт, який з'явився до готелю першим.

Система бронювання місць понад наявних місць повинна бути ретельно продумана і чітко регулюватися. Якщо готель не в змозі виконати зобов'язання за прийнятими замовленнями, він ризикує втратити клієнтів, чия бронь не було виконано, а також розірвати ділові відносини з туристичними компаніями.

Думка деяких менеджерів зводиться до того, що краще залишити номери незайнятими, ніж потім не виконати замовлення. Як правило, ці менеджери обмежують бронювання тільки наявністю вільних місць. Однак вони часто опиняються в ситуації, коли номери залишаються незайнятими. Практика свідчить, що близько 20% гостей, які зробили негарантоване бронювання, і близько 5%, які зробили гарантоване замовлення, не скористаються своєю броню.

Продумана політика бронювання місць понад наявних скорочує випадки неявки гостей. Але для цього необхідно знати рівень неявки з різних видів бронювання, а саме: дослідити різні групи клієнтів, що бронюють номери, щоб визначити, який відсоток від загального числа замовлених ними номерів вони реально займали раніше. Так, практика свідчить, що бронювання за день до прибуття або в день прибуття має більш високий показник за шкалою неявки, ніж більш раннє бронювання. Аналіз часу бронювання і сегментів клієнтів, що його здійснюють, дозволяє побудувати модель політики бронювання місць понад наявних.

Деякі готелі нічим не компенсують моральні збитки гостю, якому було відмовлено у наданні заброньованого місця. Однак інші знаходять місця в іншому готелі на одну-дві доби і забезпечують наступний переїзд гостя до себе. Вони також надають йому можливість безкоштовно зателефонувати, щоб повідомити рідним про цю зміну. Намагаючись повернути вимушеного зупинитися в іншому готелі клієнта, менеджери пропонують йому перебування в їхньому готелі протягом наступної доби безкоштовно.

Розвиток готельних послуг породило нову систему централізованого бронювання, в результаті якої 60–70% номерного фонду знаходиться під контролем централізованої системи бронювання компаній. Решта номерного фонду бронюється безпосередньо готелем. Така система надає великі переваги готелям, оскільки значною мірою зменшуються їх зусилля щодо залучення клієнтів. До провідних систем бронювання готелів відносять: Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan, які використовуються як зв'язок між своїми базами даних та клієнтами Інтернет. Практично всі західні турагентства, в тому числі й українські, користуються послугами GDS (Computer Reservation System), оскільки це є одним з умов успіху в туристичному бізнесі.

За заявками відділ бронювання може скласти перспективний план завантаження готелю на певний період (рік, місяць, тиждень) і план завантаження на поточний день.

Відділ бронювання повинен постійно взаємодіяти зі службою прийому і розміщення, яка дає інформацію про завантаження номерів в режимі поточного часу. Якщо ж звіт про

завантаження складено неправильно, то менеджери можуть винести неправильне рішення стосовно прогнозів завантаження.

Розмір оплати за бронь встановлює адміністрація готелю. Зазвичай з індивідуальних туристів беруть 50% від тарифу номера або місця в номері. Для туристських груп передбачено знижки за бронювання, проживання і навіть деякі послуги. Розмір знижки залежить від числа осіб в групі, терміну проживання. В середньому за бронювання місць для туристської групи береться плата в розмірі 25–35% від тарифу.

9.2 Типи резервування (бронювання)

Існує кілька типів бронювання:

- гарантоване бронювання;
- негарантоване бронювання;
- понад бронювання (овербукинг).

1. Гарантоване бронювання (*Guaranteed reservation*) – це резервування, що передбачає спеціальну реєстрацію підтвердження готелем того, що він гарантує клієнтові одержання замовленого ним номера та в необхідний йому час. Клієнт, у свою чергу, гарантує оплатити номер, навіть якщо не зможе ним скористатися в разі неявки.

Оплата за невикористаний номер стягується з клієнта, якщо він не зміг вчасно анулювати замовлення на розміщення в готелі.

Замовник має право зменшити чисельність групи або скасувати свою заявку без застосування штрафних санкцій в терміни, зазначені нижче:

- до 12 (дванадцять) години доби, що передує добі заїзду індивідуального клієнта;
- за 7 (сім) діб, що передують добі заїзду групи клієнтів.

Строки ануляції броні в туристських готелях, відповідно до «Міжнародної готельної конвенції» становлять:

- за 30 діб до дати прибуття в сезон пік;
- за 14 діб до дати прибуття в несеzon.

Зручність гарантованого бронювання полягає в тому, що споживач намагатиметься анулювати замовлення на номер, якщо не зможе цим номером скористатися. У разі коли споживач не зможе попередити завчасно готель про відмову від поселення в зазначений час, готель має право застосувати штрафні санкції до гостя, тим самим застрахувавши себе від неотримання запланованих доходів. Зазвичай сума неустойки (пені) за кожний день становить 3% добової вартості ціни заброньованих місць.

Види гарантованого бронювання:

- *бронювання за попередньою оплатою* (повна оплата за весь період перебування в готелі. Попередня оплата здійснюється, як правило, банківським переказом. Термін підтвердження передоплати встановлюється готелем, але не менше однієї доби до заїзду гостя. З точки зору служби прийому та бронювання – це найкраща форма гарантованого бронювання);

- *бронювання з виставленням рахунку (внесення депозиту або передоплата)* – споживач платить певну суму до заїзду. Сума авансу зазвичай містить в собі вартість проживання за одну добу з додаванням суми ПДВ. Якщо бронювання здійснюється на тривалий термін, то передоплата може бути більшою. У випадку відміни бронювання (до терміну, після якого починаються штрафні санкції) передоплата повертається. У разі, коли змінюється дата прибуття (зміни повинні бути заявлені заздалегідь), передоплата переноситься. У разі заїзду гостя передоплата використовується для оплати за проживання та інші готельні послуги. Передоплата вноситься, як правило, при неможливості банківського переказу або під гарантію кредитної карти);

- *бронювання під гарантію кредитної карти*. Суть цієї політики полягає в тому, що доки бронювання не скасовано (до встановленого терміну), готель має право накладати на клієнтів штрафні санкції, використовуючи дані за кредитними картками. Готель повинен застрахувати себе від неявки клієнта та неотримання доходів. Готель просить клієнта вказати реквізити кредитної картки гостя, гарантуючи собі оплату номера навіть у випадку

неявки клієнта. На ім'я клієнта висилається бланк з проханням заповнити і вислати його у відділ бронювання готелю. На цих умовах готель погоджується тримати номер до прибуття гостя. Споживач може анулювати замовлення, якщо бачить, що не зможе ним скористатися. У різних готелях терміни ануляції замовлення без штрафних санкцій різні. Це залежить від попиту на послуги того чи іншого готелю. Як правило, ануляція замовлення без штрафних санкцій до клієнта здійснюється не менше ніж за 24 години до заїзду в готель. Пізніша ануляція або неприбуття в готель тягнуть за собою виплату готелю неустойки з боку клієнта у розмірі вартості проживання в замовленому номері протягом однієї доби;

- *бронювання під гарантію компанії або корпорації* означає, що між готелем та будь-якою організацією укладається договір, відповідно до якого всю фінансову відповідальність за неприбуття своїх співробітників або клієнтів несуть самі організації. У цьому випадку необхідний гарантійний лист від організації, що містить фразу: «у разі неявки (прізвище, ім'я клієнта) і неможливості скасування бронювання до 18.00 в день заїзду компанія (назва компанії) гарантує оплату однієї ночі проживання.

2. Негарантоване бронювання (Non Guaranteed reservation)

Цей тип резервування не гарантує, що споживач отримає номер, а готель, у разі неявки гостя, оплату за заброньований номер. Якщо споживач не прибув до зазначеного терміну, готель несе збитки і виставляє вже заброньований номер на продаж як вільний. Якщо споживач прибув після настання години ануляції (до 18-ї годин), то готель має право надати гостю будь-який інший вільний номер. Споживачі в більшості надають перевагу негарантованому бронюванню ніж гарантованому, оскільки вважають, що прибудуть в готель раніше офіційної години скасування бронювання і не хочуть мати ніяких зобов'язань.

9.3. Технологія бронювання

При бронюванні номерів адміністратором заповнюється Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів (форма № 7-Г) на підставі телефонних дзвінків, телеграм, листів на бронювання, які надійшли від фізичних чи юридичних осіб.

Юридичними особами заявка на бронювання номерів (місце) у готелі подається у вигляді гарантійного листа довільної форми, який підписується відповідальною особою та завіряється печаткою.

Кожна заявка повинна містити таку інформацію: - дата і час заїзду; - дата і час від'їзду; - кількість гостей; - категорія номера (люкс, апартамент, економічний клас, бізнес-клас); - послуги в номері (наявність ванни, душу, телевізора, холодильника, сейфа, міні-бара тощо); - послуги харчування (тільки сніданок, напівпансіон, повний пансіон); - ціна (при вказуванні ціни слід точно визначити, за що платить споживач: за весь час перебування, за один день перебування, за кожного проживаючого, тільки за розміщення, за розміщення і харчування, за розміщення і сніданок тощо); - прізвище та ініціали того, хто буде оплачувати рахунок (або назва фірми); - вид оплати (готівковий, безготівковий, з використанням кредитної картки); - особливі побажання (заздалегідь забронювати стіл у ресторані, трансфер, можливість утримувати в номері тварин та ін.).

Розрахунок оплати за бронювання номерів (місце) та проживання за безготівковим розрахунком (форма № 8-Г). Титульний аркуш форми № 8-Г спочатку заповнюється порт'є (адміністратором) і передається до бухгалтерії для попереднього розрахунку оплати.

Оплата за бронювання стягується в розмірі 50% вартості місця (номера) за добу. В разі запізнення громадян додатково стягується плата за фактичний час невикористання місця, але не більше, ніж за добу. При запізненні понад добу броня анулюється.

Після того, як кошти надійшли від юридичної особи, яка подала заяву на бронь, бухгалтерія передає форму № 8-Г порт'є (адміністратору).

Кінцевий підсумок підбивається після від'їзду проживаючих і є підставою до оплати рахунку після фактичного виконання.

Технологія анулювання броні

1. Запитується інформація щодо бронювання номера. Ця інформація містить в собі ім'я гостя, його адресу, кількість заброньованих номерів, дати заїзду та виїзду, номер бронювання. У процесі скасування бронювання гостю також повідомляється номер ануляції. Співробітник відділу бронювання повинен пояснити клієнту, що номер ануляції повинен бути збережений як гарантія своєчасної ануляції бронювання в разі виникнення фінансових претензій з боку готелю.

2. Повідомляється, що бронювання номера анульовано. Документу присвоюється відповідний номер ануляції, а також проставляється дата ануляції.

3. Номер ануляції бронювання вноситься до загальної відомості. Всі відомості з даної ануляції вносяться до бази даних комп'ютера готелю для статистики, аналізу та подальшого вироблення політики готелю в плані резервування номерів. В автоматизованих готелях ця інформація зберігається в пам'яті комп'ютера до наступного можливого приїзду гостя. Дії щодо скасування бронювання, зробленого за передоплатою, в різних готелях можуть відрізнятися між собою. Передоплата повинна бути повернута гостю після процесу ануляції бронювання. Служба, що приймає ануляцію, повинна діяти професійно, ввічливо, акуратно і чітко.

Зібрана в процесі резервування інформація автоматично передається на стійку Reception. Співробітники відділу бронювання готують листи заїзду на кожен день, якими користуються співробітники при заїзді гостей.

Питання до самоконтролю

1. Характеристика служби бронювання.
2. Джерела і канали отримання готелем запитів на бронювання номерів.
3. Правила роботи служби бронювання з Інтернетом, телефоном, факсом і глобальними комп'ютерними мережами.
4. Порядок бронювання місць і номерів у готелі.
5. Види і способи бронювання (гарантоване, негарантоване, «подвійне» бронювання, через системи Інтернет – бронювання, на сайті готелю, по факсу, телефону).
6. Види заявок на бронювання.
7. Послідовність і технологія резервування місць у готелі.
8. Особливості резервування для туристських груп та іноземців.
9. Попереднє замовлення, карта броні, групове дозвіл, візитна карта гостя, особливості візового режиму на території України для іноземних громадян.
10. Підтвердження бронювання.
11. Правила анулювання бронювання.
12. Документація служби бронювання.
13. Ведення обліку та зберігання звітних документів.
14. Складання заявки на бронювання для таких категорій клієнтів: туристська група, група іноземців, індивідуал.
15. Інформаційні та телекомунікаційні технології для забезпечення процесу бронювання.

Лекція 10. Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування

- 10.1 Сутність та структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування.
- 10.2 Технологія прибиральних робіт приміщень загального користування та території.
- 10.5 Організація роботи білизняного господарства.
- 10.6 Організація обслуговування VIP гостей.

10.1 Сутність та структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування

Служба експлуатації номерного фонду та обслуговування призначена для забезпечення:

- підтримки необхідного санітарно-гігієнічного стану в номерах та приміщеннях загального користування;
- здійснення підготовки номерів до заїзду гостей;
- надання вечірнього сервісу (підготовка номерів до нічного відпочинку гостей);
- організації роботи, що пов'язана зі зберіганням, обліком, поповненням запасів миючих засобів, а також доглядом за інвентарем та обладнанням;
- надання послуг міні-бару (в деяких готелях дана функція може покладатися на службу обслуговування номерного фонду, а в деяких на службу ресторанного господарства);
- надання побутових послуг гостям;
- контролю за оборотом білизни.

Жоден готель не може існувати без служби експлуатації номерного фонду та обслуговування. В готельному бізнесі дана служба може носити ще й такі назви: адміністративно-господарська служба, служба покоївок, поверхова служба, housekeeping.

До персоналу служби експлуатації номерного фонду та обслуговування входять покоївки, старші покоївки, коридорні, прибиральники громадських приміщень та території, флористи, працівники пральні-хімчистки, працівники центральної білизняної. Працівники даної служби становлять є великою цінністю для готелю, оскільки саме від них залежить чистота і порядок в готелі, саме від їх надійності та чесності формується позитивний імідж про підприємство у гостей.

Чистота готелю є одним з головних інструментів ведення бізнесу та маркетингу. Саме чистота та гігієна виступають маркерами якісного сервісу та комфорту в готелі.

Позитивне сприйняття обслуговування визначається повнотою набору послуг і комфортністю навколишнього середовища, яке створюється за допомогою професійного прибирання або технології клінінга. Технологія клінінга дозволяє вирішити ряд проблем: продовження терміну експлуатації устаткування, меблів, елементів інтер'єру; економія; піклування про здоров'я. Професійний клінінг – це оптимальне поєднання сучасних технологій, використання кваліфікованого персоналу, професійного устаткування і спеціальних миючих засобів для досягнення максимального комфорту і чистоти в готелі. Від того, наскільки якісним буде клінінг в готелях, часто залежить їх репутація, статус, популярність і, як наслідок, прибуток. За результатами досліджень, які проводилися у деяких європейських країнах, головною перевагою, головним критерієм вибору готелю чи закладу ресторанного господарства є саме чистота, а не вартість послуг або особливий інтер'єр (таку відповідь надали 97 % опитуваних). Тому чистоту можна вважати ключовим компонентом сервісу.

Особливості функціонування готельного підприємства – це безперервний цикл обслуговування. Це вимагає величезної повсякденної праці персоналу готелів із забезпечення високих санітарно-гігієнічних вимог, прибирання території, подвір'я, житлових і адміністративно-господарських приміщень.

Для здійснення швидкого і високоякісного прибирання з дотриманням всіх санітарно-епідеміологічних норм готель повинен мати:

- висококваліфікований, професійно підготовлений персонал;
- повноцінний інвентар, сучасні прибиральні матеріали;
- сучасні види прибиральних машин і механізмів.

У світовій та вітчизняній практиці готельного бізнесу зустрічаються різні назви служби, що забезпечує прибирання, чистоту та формування асортименту послуг номерного фонду та приміщень загального користування, якісного стану постільного та іншого приладдя: «служба господарського забезпечення і обслуговування готелю», «служба покоївок», «служба готельного господарства», «служба експлуатації номерного фонду», «служба обслуговування на поверхах», «адміністративно-господарська служба». На сучасному етапі найбільш вживаним є служба Housekeeping, що в перекладі означає «домашнє господарство, домоводство, адміністративно-господарська робота».

Організаційну структуру служби експлуатації номерного фонду та обслуговування можна подати у вигляді нижченаведеної схеми

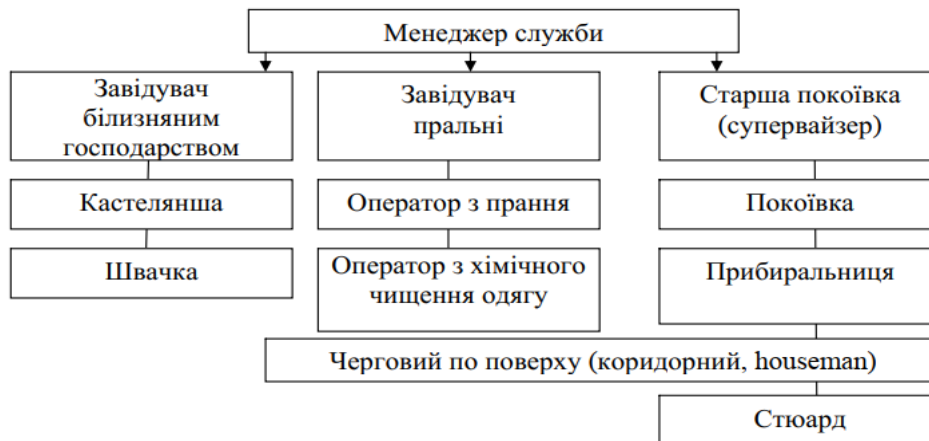


Рис. 10.1 - Організаційна структура служби експлуатації номерного фонду та обслуговування в готелі

За чисельністю персоналу служба клінінгу є найбільшою в готелі. Як правило, тут працює до 50 % всього персоналу. Беручи до уваги обсяг та важливість виконуваних робіт, ключовим у забезпеченні належних умов проживання є формування адекватної організаційно-функціональної структури служби Housekeeping, яка змінюється в залежності від розміру готелю та місткості номерного фонду (рис. 10.2, рис. 10.3).



Рис. 10.2. Організаційно-функціональна характеристика структури служби housekeeping для готелів малої та середньої місткості

До функцій начальника служби відносять:

- забезпечення відповідності політики та процедури, не передбаченої керівництвом готелю; планування персоналу відповідно до прогнозів зайнятості номерів і організації банкетів; контроль за дотриманням корпоративної культури та стандартів обслуговування; перевірка всіх громадських зон і номерів на відповідність стандартів чистоти та підтримки якості обслуговування; формування графіку роботи; підвищення дохідності номерів; координація роботи з іншими службами; ефективне використання та підбір персоналу; проведення інвентаризації; підвищення рівня професіоналізму персоналу; складання звітів про роботу служби; контроль за використанням вихідного матеріалу; проведення нарад з організації роботи служби та ін.

Заступник начальника служби виконує його обов'язки у випадку його відсутності, а також допомагає йому у виконанні щоденних функцій, безпосередньо контролює персонал та щоденну звітність, яка надходить від структурних підрозділів, тощо.

Старша покоївка безпосередньо координує роботу покоївок, контролює стан приміщень (розподіляє виробничі обов'язки, організовує та відповідає за чистоту приміщень, веде облік білизни, майна та інвентарю у номерах, контролює їх

неушкодженість, складає звіти щодо заповнюваності, веде необхідну технічну документацію, приймає замовлення на додаткові послуги, робота зі скаргами гостей та ін.).



Рис. 10.3. Організаційно-функціональна характеристика структури служби housekeeping для готелів значної місткості

Покоївка є основною посадовою одиницею персоналу служби. До її обов'язків входить своєчасне та якісне прибирання номерів, забезпечення належного санітарного стану житлового поверху, збереженості меблів, інвентарю та обладнання. Вона надає допомогу гостям при поселенні в номер та приймає у них кімнати при виїзді, виконує замовлення проживаючих відповідно до переліку додаткових послуг на поверсі, стежить за виконанням правил користування готелем, протипожежною безпекою тощо.

Оператор прибиральної машини (Houseman) виконує більш важкі у фізичному розумінні прибиральні роботи із застосуванням спеціальної техніки.

Старший прибиральник території розподіляє функціональні обов'язки прибиральників, відповідає за підтримання чистоти в місцях загального користування, складає технічні звіти для інженерної та інших служб, веде необхідний облік документів та бланків замовлень, контролює діяльність з боротьби зі шкідниками.

Прибиральники підтримують у належному санітарному стані приміщення загального користування (миття стін, вікон, дверей, чищення та дезінфекція обладнання та ін.).

Двірник відповідальний за прибирання та утримання зовнішньої території готелю: прибирання території та устаткування (урни, кришки каналізаційних, газових і пожежних колодязів, водяні стоки), очищення від снігу, підтримання освітлення та ін.

Садівник відповідальний за підтримання всіх садів та інших зелених насаджень на території готелю (висадження, полив, ландшафтний дизайн).

Посада *стюарда* рідко зустрічається у вітчизняній готельній практиці, але розповсюджена в окремих іноземних готелях високої категорії. До його функцій відносять: забезпечення номерів чистими рушниками, деякими засобами особистої гігієни, парфумами, заміна квітів у номері, надання естетичного вигляду деяким деталям інтер'єру.

Пральня – обов'язковий підрозділ для готелів середньої та великої місткості, який має сучасне обладнання та виконує багато взаємопов'язаних та доповнюючих функцій. Персонал пральні виконує наступні функції: машинне прання, прасування, хімічне

чищення, облік, зберігання чистої та прийом брудної білизни (*кастелянша*), ремонт та маркування білизни (*швачка*), підтримання у належному стані уніформи персоналу готелю (*обліковець уніформи*) тощо.

В міжнародній практиці функціонування готелів зустрічається посада *супервайзера*, або *інспектора*. Це – співробітник готелю, який в досконалому володіє стандартами обслуговування та прибирання, детально та безпосередньо контролює всі

технологічні процеси, пов'язані з обслуговуванням клієнтів, таготує звіти керівнику готелю.

Великий обсяг виконуваних робіт вимагає чіткої координації завдань і дій з іншими службами готелю: прийому та розміщення гостей, інженерно-технічною, сектором харчування, в який входять ресторани, кухня, банкетна служба, room- service, службою безпеки, а також комерційним відділом, бухгалтерією, відділом інвентаризації.

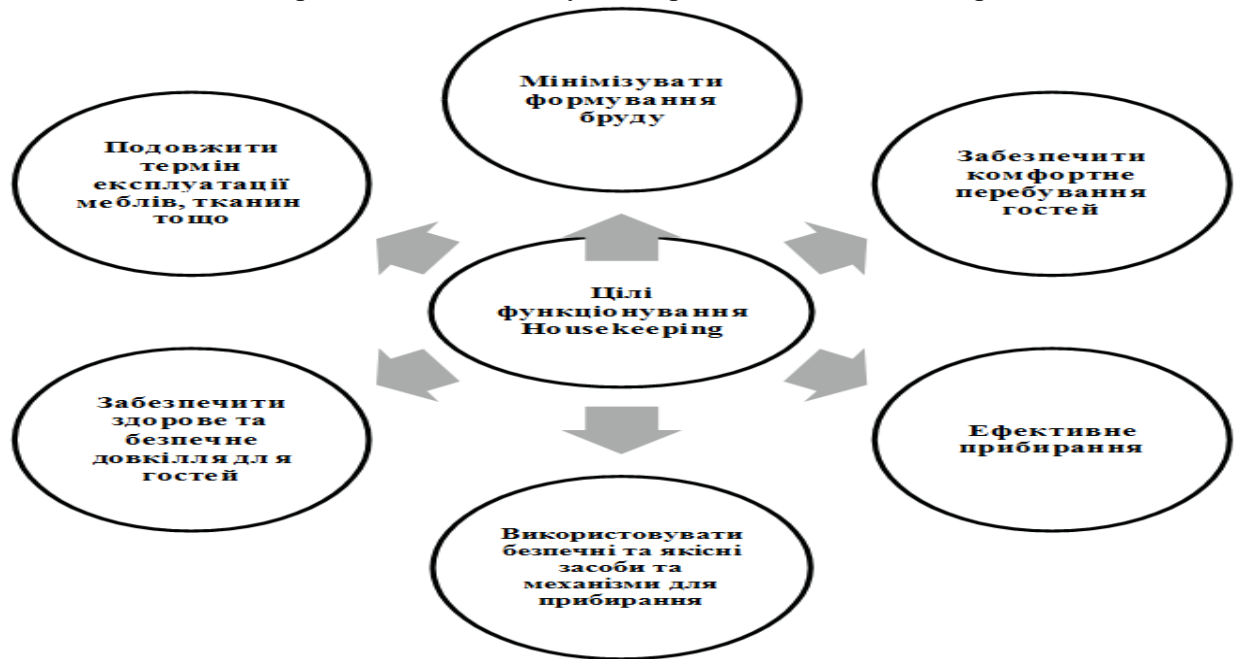


Рис. 10.4. Головні цілі функціонування служби housekeeping

Усі прибиральні роботи в готелі можна класифікувати за певними ознаками. Так, в залежності від території прибирання виділяють:

- прибирання території, що прилягає до готелю;
- прибирання площі центрального входу, вестибюлю та деяких приміщень вестибюльної групи (гардероб);
- прибирання місць загального користування: сходів, коридорів, холів, адміністративних, службових і допоміжних приміщень;
- прибирання номерного фонду.

Вони класифікуються за способом прибирання: сухе і вологе прибирання, прибирання за допомогою спеціального устаткування.

Також виділяють наступні види прибирання готельних номерів:

- генеральне прибирання,
- щоденне (поточне) прибирання,
- проміжне прибирання;
- вечірне прибирання (можна віднести до проміжного);
- прибирання після виїзду гостя.

Генеральне прибирання проводиться один раз в 7—10 днів. Метою є: здійснення повного прибирання із застосуванням інвентарю та машин; проведення санітарно-гігієнічних заходів у відповідності до нормативів; здійснення операцій косметичного ремонту (за необхідності). До робіт даного виду прибирання входить: миття стін, опалювальних приладів, дверей, вікон; очищення вентиляційних решіток; ретельне

оброблення пілососом меблів, килимових покриттів; механічне прибирання та чистка штор, прання гардин; миття освітлювальних приборів тощо. Після закінчення прибирання перевіряються справність всіх технічних пристроїв.

Щоденне поточне прибирання проводиться у відсутність гостя і включає обов'язкову заправку ліжок. Зміна постільної білизни і рушників проводиться за нормами, які залежать від категорії готелю.

Проміжне прибирання проводиться в чотири і п'ятизіркових готелях, включає заправку ліжка, прибирання санвузла, заміну попільнички на чисту, контроль за станом житлового номера протягом дня. Проводиться за бажанням гостя у другій половині дня.

Вечірня підготовка номера в чотирьох і п'ятизіркових готелях включає підготовку номера до нічного відпочинку постояльців: включається нічне освітлення, ставиться картказ побажаннями спокійних снів, прогнозом погоди на завтра, збиваються подушки, відкидається кут ковдри.

Прибирання після виїзду проводиться після звільнення номера з обов'язковою зміною постільної білизни. Окрім стандартної процедури щоденного прибирання, необхідно ретельно перевірити, чи не забув гість речі, які відразу з актом здаються до певного підрозділу. Також важливим є перевірка справності обладнання та техніки у номері. За умов знаходження пошкоджень – складається відповідний акт.

Усі види прибиральних робіт здійснюються працівниками служби обслуговування номерного фонду. Заміна працівників різних категорій один одним може здійснюватися лише за розпорядженням керівництва при необхідності.

Для раціональної організації праці, правильного розподілу часу, затраченого на прибирання, забезпечення безперервної роботи служб важливим є дотримання послідовності прибирання номерів:

1. Заброньовані номери
2. Номери, що звільнилися
3. Зайняті номери.

З метою спрощення фіксації стану номерного фонду в службі експлуатації номерного фонду та обслуговування ведеться поверховий план, де зазначають статуси номерів, номер кімнати, терміни проживання, час виїзду, прізвище гостя.

При цьому використовують безліч скорочень або позначок, які б свідчили про статус номера. Наприклад, основні статуси номерів можуть позначати таким чином (рис.40):

- CL або CLN – чистий;
- DI чи DTU – брудний;
- OC чи OCC – зайнятий, житловий;
- DP– виїзний (споживач розрахувався);
- DEP– виїзний (споживач не розрахувався);
- OO чи OOO – номер в ремонті;
- OS – номер заброньований для VIP гостей;
- AE – очікується заселення;
- NS – кімнати для тих, хто не палить;
- INSP – номер перевірений.

Для працівників служби повинні бути зрозумілими ці скорочення. Наприклад: № 301 – CL AE – чистий номер, готовий до заселення.

Для наочності зайнятості номерів кожному статусу може бути присвоєний певний колір: зайняті номери – червоний; номери, з яких планується виїзд – жовтий; номери в ремонті – зелений. Це сприяє швидкій орієнтації покоївки у визначенні виду прибирання того чи іншого номера, його послідовності.

Необхідно зазначити, що робота персоналу служби housekeeping вкрай стандартизована і саме дотримання стандартів виконання всіх етапів прибиральних операцій забезпечує високу якість обслуговування.

Для виконання стандартів технології робіт і якості послуг в службі housekeeping

існує система навчання персоналу всіх рівнів, яка включає:

- вступ до спеціальності (орієнтація на робочому місці), правила техніки безпеки і пожежної безпеки;
- вступне заняття (загальна орієнтація), яке проводиться раз на місяць для нових співробітників усіх відділів;
- відвідання спеціальних тренінгів згідно з програмою готелю («Стандарти бренду готелю», «Опитування думки гостей», «Управління стресом»);
- участь у професійних тренінгах housekeeping, що регулярно проводяться в службі.

Робочий день покоївки починається згідно зі встановленим графіком роботи та підготовки до виконання функціональних обов'язків. Перед початком роботи вона повинна: одягти чистий фірмовий одяг (його вигляд залежить від готелю), іменний знак, взуття; одержати від старшої покоївки список-завдання на прибирання із зазначенням номерів і видів прибиральних робіт; одержати ключі від номерів; перевірити наявність і стан інвентарю; одержати чисту білизну; одержати рекламні матеріали; укомплектувати візок покоївки згідно з існуючими нормами.

Візок покоївки – важливий робочий інвентар. Правильно укомплектований візок допомагає покоївці зекономити час та працезатрати на прибирання номера. Використання візка ведеться у відповідності до санітарних норм та правил. Укомплектований візок покоївки повинен містити в собі прибиральні матеріали: миючі засоби; дезинфікуючі засоби; засоби для відмивання усіх видів поверхонь; засіб для підлог з будь-яким видом покриття; восковмісні засоби для натирання; жиророзчинні засоби; засоби для чищення пластикових поверхонь; засіб для обробки дерев'яних меблів; засоби, що дезодорують; пристрій для миття вікон; змінні насадки для миття і дезінфекції; бавовняні змінні насадки для прибирання; прогумований фартух; набір засобів індивідуального користування: туалетний папір; набір гігієнічних серветок; паперові рушники; рідке мило; туалетне мило; чиста білизна; набір рекламних матеріалів; прибиральний інвентар: пилосос, швабру, совок; 2 відра; мішок для брудної білизни; мішок для сміття; щітки; ганчір'я; гумові рукавички.

Норми та правила регламентують рівні комплектації: зверху кладеться викладка предметів гостинності, потім чиста білизна, на нижньому відсіку – ганчірки, миючі засоби. Брудна білизна збирається у великий поліетиленовий або полотняний мішок, закріплений з бічної сторони візка, з іншої – кріпиться мішок для сміття. Забороняється транспортування чистої білизни у відкритому доступі.

Покоївка повинна чітко знати правила поведінки в номері. Культура поведінки покоївки і взагалі персоналу є важливим критерієм для визначення рівня культури обслуговування в даному закладі. Порушення цих правил призводить до зниження якості та рівня безпеки в готелі.

До правил безпеки та організації роботи, які повинні виконувати покоївки, відносять наступні:

- не відкривати дверей номера гостям, що забули ключ в номері, або робочим;
- завжди тримати ключі від номерів при собі, не залишати їх на робочому візку;
- при прибиранні номера двері в нього повинні бути відкриті, але вхід перекритий робочим візком;
- покоївка повинна сповіщати про підозрілих клієнтів (мало багажу, не ночував у номері);
- якщо в номері є особисті речі гостя, після прибирання покоївка кладе їх на ті ж самі місця;
- забороняється дивитися телевізор, слухати музику в номері;
- забороняється користуватися санвузлом у номері;
- забороняється сидіти без діла в номері;
- забороняється сидіти разом з гостем;
- заздалегідь узгоджувати час прибирання з гостями, в яких є малі діти;

- якщо гість знаходиться в номері, прибирати тільки зайого особистої згоди в зручний для нього час та ін.

Якщо номер багатокімнатний, послідовність прибирання наступна: спальна кімната, вітальня, столова, кабінет, санвузол, передпокій (тобто прибирання відбувається від найдалшої від входу у номер кімнати). Прибирання багаторівневого номера починають з верхнього рівня.

Згідно із загальноприйнятими стандартами технологічний цикл «Щоденне прибирання номера» включає наступні дії:

- 1) постукати в двері номера 3 рази та представитися, переконавшись у відсутності гостя, увійти до номера;
- 2) попередня обробка сантехніки: покоївка входить у ванну кімнату, спускає воду в туалеті і заливає дезінфектант, який діятиме, з'єднавшись з водою, протягом 10–15 хвилин, поки відбувається прибирання гостьової кімнати, вийти та закрити за собою двері ванної кімнати;
- 3) провітрювання і кондиціонування приміщень. Провітрювання забезпечується природним чином шляхом відкриття вікон на 20-30 хв. або з використанням систем кондиціонування. Комфортні аеродинамічні характеристики приміщень обов'язково повинні забезпечуватися в строк за півдоби передприбуттям гостей в номер;
- 4) прибирання великого сміття та винесення сторонніх предметів (посуду);
- 5) заміна постільної білизни: постільна білизна у виїзному номері міняється повністю, як і рушники у ванній кімнаті. Використана постільна білизна знімається лицьовою стороною назовні, збирається в один ком, злегка притискається і відноситься або в спеціальний візок для використаної білизни, або в спеціальний мішок, що є на візку для збору білизни. З візка покоївка бере відразу весь комплект – підодіяльник, простирало, наволочки та інше. Чисту білизну кладуть на бильце ліжка для провітрювання. Перш ніж почати застелення чистої постільної білизни, необхідно ретельно перевірити, чи чисті поверхні матраца, наматрачника, подушок, ковдри, покривала. Застелення ліжка проводиться по стандартах, прийнятих в готелі (мережі). Зовнішній вигляд ліжка повинен бути привабливий, покривало застелене рівно, без складок;
- 6) видалення пилу та забруднень з меблів;
- 7) контроль оснащеності і справності приладів і устаткування;
- 8) прибирання килимових поверхонь, м'яких меблів;
- 9) прибирання санвузла: виконати всі санітарно-гігієнічні вимоги, надівши фартух і гумові рукавиці; винести сміття з відра для сміття, вимити його; помити стіни; прибирання дзеркального набору; прибирання умивальника; прибирання ванни; вимити сантехнічну арматуру (крани, шланги, мильницю); протерти досуха плитку, ванну і умивальник; прибирання унітазу і біде; вимити руки, замінити рушники, халати; поповнити використаний інвентар (мило, шампунь, туалетний папір тощо);
- 10) прибирання передпокоїв;
- 11) завершення прибирання: закрити вікна, вимкнути світло, зачинити номер.

Норми прибирання покоївки за зміну приблизно 12-16 номерів залежно від категорії готелю, розміру номера та типу прибирання. Прибирання номера «Апартаменти» дорівнюється прибиранню двох однокімнатних номерів. «Сюїт» (Suite) – як прибирання трьох однокімнатних номерів. Норма прибирання за часом: однокімнатний зайнятий номер – приблизно 15-20 хвилин; однокімнатний номер після виїзду клієнта приблизно 20-30 хвилин. Ці норми мають рекомендаційний характер.

Для прибирання використовують спеціальне устаткування та інструменти (пилососи, відра на коліщатках, швабри з віджиманням, щітки для стелі, щітки для радіаторів опалювання, щітки для килима, губки для миття посуду та губка і серветка для скла, що не залишають волокон, тощо).

Прибирання проводиться за допомогою спеціальних хімічних складів для чищення і дезінфекції, поліровки для меблів, шампуні для килимів, двоокису вуглецю для

заморожування і видалення жувальної гумки, пестицидів для боротьби з комахами та ін. До основних миючих засобів у готелі відносять: універсальні; для чищення підлоги (окремі для чищення мармуру, бетону, керамічної плитки); освіжувач повітря; дезинфікуючі; для чищення металевих поверхонь; спирт (білий (медичний) для натирання металевих поверхонь, додання блиску; синій (технічний) для чищення і дезинфікування різних поверхонь, зокрема підлоги); поліроль для меблів, підлоги, для натирання мідних поверхонь; шампуні для чищення килимових покриттів; для чищення холодильників; для чищення керамічної плитки; для чищення поліетиленових виробів та ін.

Слід враховувати, що деякі речовини при невмілому користуванні і при їх змішуванні виділяють гази (хлор) і небезпечні для здоров'я. Тому зберігатися вони повинні в окремі кімнати з обмеженим доступом.

Важливим елементом функціонування служби housekeeping є робота персоналу з загубленими речами гостей. Готель гарантує проживаючим клієнтам збереження особистих речей в номері за умов дотримання правил проживання. У випадку знаходження забутих речей персонал вживає заходів щодо повернення їх власнику. Якщо клієнт вже виїхав з готелю, речі передаються у спеціальний підрозділ для зберігання (бюро зберігання забутих речей). При виявленні забутих речей покоївки діють відповідно до певних інструкцій. Необхідно провести опис предмета; скласти акт, де вказується дата, час знахідки, номер кімнати, прізвище гостя, повний опис предмета, інформація щодо особи, яка виявила знахідку; знати строки та правила зберігання; вести книгу забутих речей; знати правила повернення, передачі гостю речей. Строки зберігання речей у готелях у кожній країні різні (в середньому від 6 місяців до 1 року). Співробітники служби housekeeping повинні повідомити про знахідку службу прийому та розміщення, яка в свою чергу проінформує клієнта за допомогою різних каналів зв'язку.

Крім прибирання номерів на службу покладено прибирання приміщень загального користування. Цю роботу виконує спеціальний персонал з використанням «важчої» і могутнішої техніки, ніж та, яка призначена для прибирання номерів. Існує два стандарти чистоти для громадських приміщень готелю: нормальний (щоденне прибирання) і престижний (пил видаляється двічі на день). Крім щоденної в готелях проводять періодичні прибирання приміщень (наприклад, весняне прибирання). Періодично проводять миття стін, чищення і лагодження меблів. Метою всіх прибиральних робіт є підтримка привабливого іміджу готелю. Чистота приміщень зберігає здоров'я клієнта, а турбота про меблі, килими та інші предмети оснащення готелю подовжує термін їх служби.

Служба housekeeping виконує найважливішу функцію, завдяки якій готель отримує своїх постійних клієнтів. Слідуючи англійській приказці «чистота — краща краса», багато світових готельних корпорацій вкладають значні фінансові кошти в оптимізацію процесів прибирання готелів.

10.2. Догляд за територією готелю

До навколишньої території належить територія готелю, що визначена проектною документацією відносять: споруди і будинки на території; автомобільні стоянки; території зелених насаджень (ліси, парки); територія водоймищ (річок, озер, ставків); тротуари та шляхи перед головним будинком.

Догляд за територією готелю складається з таких етапів: - підтримка належного санітарно-екологічного стану прилеглої до готелю території (щоденне прибирання відповідно до пори року); - миття урн для сміття, контроль чистоти в місцях для паління; - прибирання господарського двору; - миття контейнерів для сміття; - миття вікон в готелі під час генерального прибирання; вивезення сміття, опалого листя, снігу; догляд за зливною системою; - догляд за клумбами та зеленими насадженнями



Рисунок 10.5 – Визначення території підприємства готельного господарства

Догляд за територією різниться в межах сезонів та передбачає наступні види робіт



Рисунок 10.6 – Сезонні прибиральні роботи на території готелю

10.3. Організація роботи білизняного господарства

Білизняне господарство готелю є важливою складовою сервісного обслуговування. Білизняне господарство функціонує в кожному готелі. Постільна білизна і рушники належить до групи м'якого інвентарю і тому його вартість зараховується на баланс готелю, а категорії персоналу, що працюють з білизною є матеріально-відповідальними особами.

До категорій персоналу, що працює з постільною білизною, належать такі посадові особи: завідувач білизняним складом, завідувач білизняною, кастелянша, швачки, штопальниці, прачки, працівники прасувальних, покоївки.

Білизняне господарство готелю зосереджено в центральній білизняній, в поверхових білизняних, на складах чистої білизни, в білизняних для брудної білизни. Відділення зберігання постільної білизни поділяється на «чисте» і «брудне». Технологічні операції по веденню білизняного господарства в підприємстві готельного господарства представлені на рисунку 10.7

Після 11-ї години покоївка відносить брудну білизну в спеціальне приміщення на поверсі, де її сортують за видом в призначенням і складають у мішки та через білизно-провід відправляють до пральні.

Доставку білизни до пральні здійснюють у визначений для кожного поверху час, в пральній білизну приймають за кількістю, станом білизни, цілісністю та проводять додаткове сортування.

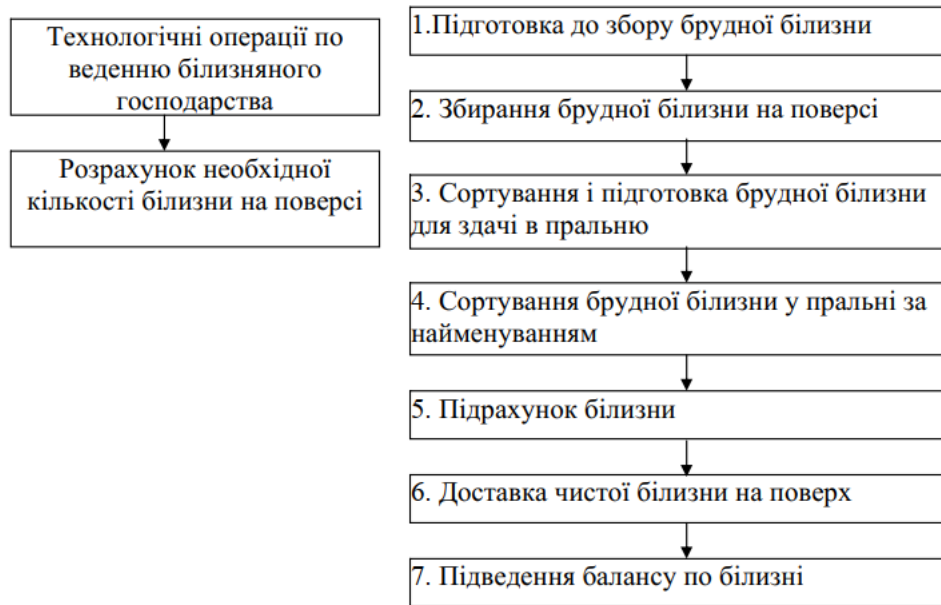


Рис. 10.7 - Технологічні операції по веденню білизняного господарства в підприємстві готельного господарства

Чисту білизну розміщують за найменуванням на стелажах у приміщеннях для чистої білизни – це дає змогу вести облік білизни на поверсі. Для правильного зберігання та обміну предметів постільної білизни, доцільно класти пачками в комірки для зберігання: простиралда по 10 штук; підковдри по 5 штук; рушники і наволочки по 10–20 штук.

Пачки складаються в стопки при цьому кут верхнього предмета кожної пачки витягують вперед на 3–5 см, щоб відділити одну пачку від іншої.

Нова білизна надходить зі складу за накладними, з білизняних для брудної білизни до пральні надходить також за накладними. Кожні 2 роки постільна білизна підлягає заміні через знос. Списання білизни визначається ступенем зносу, на який впливають такі фактори:

Технологічні операції по веденню білизняного господарства

1. Підготовка до збору брудної білизни
2. Збирання брудної білизни на поверсі
3. Сортування і підготовка брудної білизни для здачі в пральню
4. Сортування брудної білизни у пральні за найменуванням
5. Підрахунок білизни. Розрахунок необхідної кількості білизни на поверсі
6. Доставка чистої білизни на поверх
7. Підведення балансу по білизні : якість тканини; чистота прання; умови зберігання та експлуатації.

Списання білизни здійснюється спеціальною комісією, до складу якої входять призначені керівництвом посадові особи: кастелянша, зав. білизняним господарством і керівник вищої ланки або безпосередньо керівник підприємства, який і підписує складений акт списання білизни.

В різних країнах світу по-різному підходять до розрахунку кількості необхідної білизни на одне місце. Загалом, один комплект постільної білизни знаходиться в експлуатації в номерах. Другий комплект як оперативний одноденний обмінний фонд (дорівнює числу середнього добового виїзду) зберігається на поверсі. Третій комплект – на складі брудної білизни, що призначений для відправки на прання. Четвертий комплект – в пральні. П'ятий, шостий комплекти – на складі. Так, при одночасному використанні шести комплектів знос дорівнює 25%.

Технічні вимоги до облаштування білизняних наведені в темі «Організація нежитлових приміщень» пункт 3.

В сучасних умовах готелі приділяють багато уваги питанням екології: розробляють програми, які дозволяють значно скоротити споживання енергії, води, зменшити кількість відходів. У зв'язку з цим необхідно розробляти правила поведінки, які забезпечать виконання всіх екологічних вимог персоналом готелю та мешканцями. Зокрема, багато готелів розміщують в ванних кімнатах звертання до гостей, в якому пропонують залишати на підлозі чи краю ванни рушники, що їх вони бажають замінити. Такий підхід дозволяє покоївкам не прибирати всі рушники. А замінювати лише використані. Практика засвідчила, що при досягненні розуміння проблеми хоча б половиною клієнтів готелю кількість рушників, що перуться щоденно, скорочується на третину, що дозволяє економити не лише ресурси, а й збільшити строк експлуатації м'якого інвентарю.

Вимоги до білизни

В Україні кількість готельної білизни визначається з урахуванням вимог ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», де вказана періодичність її заміни в готелях різних категоріях.

Для виготовлення постільної білизни та рушників адміністрація готелю повинна використовувати тільки високоякісні чисті і естетично привабливі тканини таких видів: бавовняні (ситець, бязь); віскоза; льон; бавовна + синтетичні волокна; шовк; махрові.

В готелях використовують постільну білизну різних розмірів в залежності від розміру ліжка.

Виробники вітчизняного текстилю використовують розміри, розроблені відповідно до власних ТО (технічних описів) та передбачають такі варіації маркування: міні-євро; евро; евро-стандарт; евро-максі, він же евро-плюс.

Найпопулярніші розміри постільної білизни варіюються в наступних межах:

- підковдра – 205x225 см; 225x245 см; 200x220 см (найпоширеніший);
- простирadlo – 240x280 см; 240x220 см;
- наволочка – 50x70 см; 70x70 см.

При правильному виборі розмірів комплекту довжина і ширина підковдри та наволочки повинні бути більше відповідних розмірів ковдри і подушки, у середньому, приблизно, на 5 сантиметрів – для вільного облягання.

Правила та види маркування постільної білизни. Маркування постільної білизни здійснює кастелянша або завідувачка білизняної. Маркування білизни проводиться в обов'язковому порядку. Маркування може бути у вигляді: друкованого штампа, що містить норми ДСТУ; штампа з назвою даного готелю; вишивки з абрєвіатурою заголовних букв (вензелю) даного готелю; кольорової тасьми на вушках постільної білизни.

При зберіганні білизни не повинно бути її пересортування чи заміни.

До дефектів, неприпустимих для використання білизни, відносять: плями різних видів, що не підлягають виведенню, дірки, що не підлягають ремонту.

Дизайн м'якого інвентарю має гармонізувати стилю номера. Разом з тим готелі можуть використовувати такі типи м'якого інвентарю:

1. Підковдра – з вирізом у формі ромба чи овальної форми; підковдра, що має форму повного чохла з клапаном внизу, без вирізів або з застібкою «блискавка», «на гудзики»;

2. Наволочки. Вже давно в готелях використовують наволочки з клапанами. В такій наволочці подушка має охайний вигляд, вона зручна при пранні, прасуванні, є довговічною;

3. Простирadlo – рівні та «на резинці»;

4. Махрові рушники мають відповідати ряду вимог: бути достатньо щільними, довговічними, не повинні бути занадто важкими, витримувати температуру прання в 90 градусів, мати привабливий вигляд та помірну ціну. Кількість рушників в готелі має в 2–3 рази перевищувати номерний фонд.

Укомплектування номера м'яким інвентарем:

- на матрацник – 1 на ліжко;
- простирadlo – 1 на ліжко;
- ковдра – 1 на ліжко та 1 додаткове в шафі;

- подушка – на 1 гостя кількість подушок не лімітується, але не менше однієї, плюс додаткова подушка в шафі. У висококласних готелях передбачається меню подушок, що містить перелік подушок різних розмірів, з різними наповнювачами, в тому числі ароматизовані та гіпоалергенні. Загалом, комплектація постільною білизною залежить від стандартів, які затверджені в готелі.

Організація забезпечення та догляду за уніформою

Престиж професії у сфері готельного ресторанного сервісу дуже часто залежить від того, яка уніформа у робітників і службовців – охайна і добре випрасувана, красива і зручна чи ні. Адже рухатися потрібно красиво та й виглядати елегантно. Вимоги до форменого одягу: відповідність призначенню та стилю підприємства; зручність, стійкість до обробки, гігроскопічність, стійкість до зношування, вологостійкість, міцність; відповідність сезону, наявність спеціальних функціональних деталей.

Уніформа (одяг формений та взуття) може являти собою:

- для жінок (сукні, спідниці, блузи для носіння взимку або влітку і, відповідно, туфлі чорні, туфлі світлі);

- для чоловіків (костюми, сорочки, краватки, півчеревики чорні і світлі).

Строк носіння уніформи становить 1 рік.

Уніформа буває літньою і зимовою. Для зимової використовують вовняні та напіввовняні тканини (іноді з додаванням лавсану та іншої сировини), для літньої – лляні, бавовняні, а також тканини, що не піддаються деформації, легко чистяться, перуться і, найважливіше, що відповідають санітарно-гігієнічним вимогам.

Уніформу (для жінок і чоловіків) шиють за єдиними моделями одного кольору і фактурою тканин. Вона повинна відповідати розмірам кожного працівника, бути сучасною, красивою, зручною для роботи. Зручним має бути і взуття.

Уніформа зберігається в службовому гардеробі підприємства і повинна бути відпрасованою, без плям і пошкоджень тканини, взуття – чисте та непошкоджене. Стежать за її станом працівники білизняної або самі користувачі.

Формений одяг і взуття видаються обслуговуючому персоналу для використання лише на робочих місцях. На лацкан піджака кожного працівника кріпиться спеціальний знак (бейдж), на якому зазначають ім'я та посаду та прапорець тієї країни, мову якої знає працівник.

Організація забезпечення та догляду за столовою білизною

До столової білизни відносять скатертини, серветки, ручники, рушники. Столову білизну в ресторані при готелі передбачають в кількості двох одиниць на робочий день, серветок в кількості 4–5 одиниць на кожне посадкове місце, ручників 5–7 шт. на одного офіціанта.

Дизайн столової білизни має гармонізувати зі стилем закладу ресторанного господарства. Разом з тим можуть використовувати такі типи столової білизни:

1. Скатертини: звичайні та бенкетні. Їх розмір залежить від розміру та форми обіднього столу. Скатертини можуть бути білими розміром 173x173 см – з ажуром і без нього; кольоровими – розміром 135x135 см – підрубленими та 150x150 см – з ажуром; бенкетними – розміром – 173x208 см, 173x280 см, 173x500 см. Стіл гарно виглядає, коли скатертина спускається зі всіх боків не менше ніж на 25 см. і не нижче сидіння стільця. За типом тканини скатертини поділяють на лляні з різним типом жакардовим переплетення (використовують для різних видів обслуговування) та зі штучного шовку (використовують для покриття столів на бенкетах-фуршеттах). Кольорові скатертини використовують в кав'ярнях, а голубі, червоні та зелені – для покриття обідніх столів, що в поєднанні з сервірівкою створює комфорт. Для ресторанів вищої категорії скатертини виготовляють по індивідуальному замовленню.

2. Серветки. Часто замість скатертин використовують кольорові серветки розміром 50x35 см для столів з гарною дерев'яною фактурою, а також кольорові з ажуром розміром 35x35 см чи білі з ажуром розміром 46x46 см. Застосування серветок замість скатертин є

економічно вигідним. Крім того серветки необхідні для витирання рук під час споживання страв. Їх виготовляють з бавовни розміром 25х25 см.

3. Ручники використовують офіціанти з метою використання при рознесенні гарячих страв, зберігання манжетів костюму від забруднення чи полірування столових приборів перед сервірівкою.

Ручник має бути гладким білим чи в клітину, розміром 35х80см, чистим і добре випрасуваним.

5. Рушники. Використовують для витирання посуду, рук, прибирання столів. Вони бувають довжиною від 1 до 2 м і шириною 40 см з м'якої бавовняної тканини, яка легко вбирає вологу.

Питання для самоперевірки

1. Наведіть склад служби експлуатації номерного фонду.
2. Охарактеризуйте типове оснащення житлових номерів.
3. Проаналізуйте особливості прибиральних робіт у громадських приміщеннях готелю.
4. Охарактеризуйте особливості проведення генерального прибирання в номерах готелю та визначте його періодичність.
5. Визначте послідовність та особливості прибиральних робіт після виїзду клієнтів.
6. У чому полягає сутність поточного прибирання в номерах готелю? Наведіть умови його здійснення.
7. Проаналізуйте процес здійснення проміжного прибирання в номерах готелю.
8. Які особливості має організація робочого місця покоївки?
9. Наведіть та охарактеризуйте основні прибиральні засоби й інвентар готелю; визначте умови його зберігання та експлуатації.
10. Визначте необхідні миючі засоби для догляду за паркетною, дощатою, пофарбованою підлогою; віконними рамами, дверима, підвіконням.
11. Визначте перелік небезпечних факторів на робочому місці покоївки. Наведіть основні правила техніки безпеки в процесі здійснення прибиральних робіт.
13. Охарактеризуйте процес перевірки наявності й придатності меблів, обладнання, інвентарю.
14. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарно-гігієнічного стану номерного фонду, інших приміщень на поверсі, служб експлуатації номерного фонду.
15. Складові технологічних циклів прибиральних робіт.
16. Послідовність прибиральних робіт у номерах готельного господарства.
17. Прибирання та дезінфекція санітарних вузлів, душових, сауни.
18. Контроль якості прибирання та утримання житлового фонду готельного господарства.

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ В ГОТЕЛІ

- 11.1. Організація функціонування служби безпеки в готелі
- 11.2. Організація обслуговування VIP гостей

11.1. Організація функціонування служби безпеки в готелі

Престиж і позитивна репутація сучасного готелю залежать не тільки від успішної політики керівництва і першокласної роботи персоналу. Готель повинен також відповідати очікуванням своїх клієнтів щодо високого рівня комфорту, незмінної якості обслуговування та безпеки.

Готелі є місцем відпочинку і, як наслідок, великого скупчення людей. Під час відпочинку люди менше всього думають про свою безпеку, що іноді призводить до небажаних наслідків, пов'язаних з ризиком для життя. Тому завдання адміністрації готелів полягає у попередженні всіх можливих ризиків для життя і здоров'я гостей. Адміністрація готелю бере на себе зобов'язання не тільки забезпечити комфортне проживання і гарантії

гарного відпочинку, але і гарантію безпеки людей, які проживають в готелях, їх життя, здоров'я, майна тощо.

Для готельного комплексу характерні загрози природного, техногенного, екологічного, терористичного, кримінального характеру. Найбільш небезпечною в даний час стала загроза терористичного акту, який може привести до великого числа жертв, створення атмосфери страху, порушення нормального режиму роботи готелю, втрати позитивного туристичного іміджу готелю або регіону в цілому.

У сучасних умовах постійного зростання злочинності і ускладнення криміногенної обстановки питання забезпечення безпеки будь-якого об'єкта виходить на одне з перших місць. А готелі відносяться до класів об'єктів, де безпека відіграє ключову роль. Це, як правило, багатоповерхові будівлі з великою кількістю кімнат і довгих коридорів, людні і вдень і вночі фойє і вестибюль готелю, розважальні установи на цокольному поверсі. Але готелі, якщо подивитися з боку безпеки, мають принципові відмінності від інших господарських об'єктів:

- готель зацікавлений у створенні іміджу «відкритого будинку» із забезпеченням режиму найбільшого сприяння для максимальної кількості гостей, тому будь-які пристрої безпеки не повинні мати страхітливого вигляду, але в той же час вселяти гостю відчуття особистої безпеки і комфортності;
- готелі, як правило, знаходяться в межах міста, в середовищі активного руху транспорту і пішоходів;
- система проходу в готель і в номери повинна бути гранично простою і не створювати для гостя великих перешкод.

Тому при розробці системи безпеки готелів важливо поєднати функції розмежування прав доступу для кожного з присутніх з можливістю вільного переміщення великої кількості відвідувачів.

Ефективне вирішення проблеми безпеки готелю вимагає системного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкта, виявленні найбільш вразливих зон і особливо небезпечних загроз, складання всіх можливих сценаріїв кримінальних дій і вироблення адекватних заходів протидії. Комплексний підхід передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних і фізичних заходів попередження і своєчасного реагування на будь-яку небезпечну ситуацію в готелі та охоплює все різноманіття форм і методів забезпечення безпеки персоналу, клієнтів і діяльності готелю.

Створення комплексу безпеки готелю — один з тих випадків, коли система контролю доступу, охоронно-пожежна сигналізація і система відеоспостереження слугують не тільки для охорони приміщень, але і для контролю за постояльцями, відвідувачами і персоналом. Зрозуміло, і підходи до її побудови багато в чому відрізняються від інших об'єктів.

Багатогранність сфери безпеки готельного бізнесу, його персоналу і клієнтів, також як і завдання в області захисту інформації, вимагають створення спеціальної служби, що здійснює реалізацію необхідного набору захисних заходів.

Структура, чисельність і склад такої служби визначається реальними потребами в безпеці, а також його матеріальними можливостями. Залежно від розмірів і потужності готельного господарства, діяльність щодо забезпечення безпеки персоналу, клієнтів і самого готелю може бути реалізована в різних варіантах: шляхом формування власної повномасштабної служби безпеки з розвиненою структурою або шляхом укладення договорів на обслуговування силами спеціальних охоронних фірм (аутсорсинг).

Чисельність служби безпеки відносно невелика: на готель в 500 номерів доводиться не більше 10 чоловік. У невеликому готелі штат охорони складається з 4-5 чоловік, в середньому – до 7, в крупному готелі може бути 12-15 охоронців. Бажанов штаті мати жінку, оскільки якщо постраждалий клієнт – жінка, то їй легше все розповісти саме співробітникові-жінці.

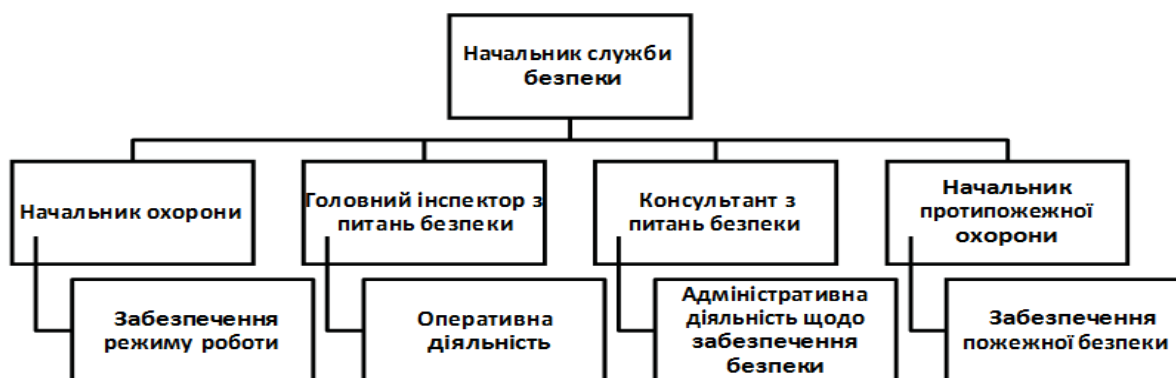


Рис. 11.1 Типова організаційно-функціональна структура служби безпеки готелю середньої та значної місткості

До функціональних обов'язків начальника охорони відносять: охорона будівлі та приміщень; охорона устаткування; охорона території; контроль перевезень.

Головний інспектор безпеки відповідальний за: забезпечення режиму доступу; забезпечення профілактичних заходів, запобігання виникнення загроз; контроль транспортних засобів; ліквідаційні заходи.

Консультант з питань безпеки займається розробкою концепції безпеки, координацією діяльності з реалізації концепції, набором та навчанням персоналу, контролем за дотриманням інструкцій.

Начальник пожежної охорони несе відповідальність за: профілактику пожеж; налагоджений контроль роботи системи протипожежної безпеки; забезпечення функціонування технічних засобів пожежної сигналізації і засобів гасіння пожеж; підготовку персоналу до дій в умовах загоряння.

У сучасних умовах безпека клієнтів стає одним з чинників підвищення конкурентоспроможності готельної пропозиції. Проте не можна забувати і про те, що будь-який готель як комерційне підприємство є предметом особливого інтересу конкурентів.

Наявність на ринку розвинутої системи отримання комерційної інформації визначає правомірність створення не менш розвинутої системи її захисту від несанкціонованого отримання і зловмисного використання. Ці функції бере на себе служба безпеки готелю, формуючи в своєму складі нові підрозділи (рис. 11.2).



Рис. 11.2. Сучасна структура служби безпеки готелю

Так, фахівець з фінансово-економічної безпеки бере участь у реалізації заходів із забезпечення фінансово-економічної безпеки готелю; застосовує техніку та технології із забезпечення фінансово-економічної безпеки; сприяє здійсненню інформаційно-аналітичного та обліково-аналітичного забезпечення щодо оцінки рівня реальних і потенційних загроз фінансово-економічної безпеки підприємства, установи, організації.

У межах своїх повноважень надає рекомендації щодо удосконалення діяльності

структурного підрозділу фінансово-економічної безпеки готелю, бере участь у створенні та використанні нових технологій щодо зниження загроз і ризиків діяльності, сприяє наданню всім категоріям працівників інформації, яка стосується діяльності із забезпечення фінансово-економічної безпеки, готує рекомендації та безпосередньо здійснює заходи щодо забезпечення компетентності працівників підприємства, установи, організації, їх морального та матеріального стимулювання.

Співробітники служби безпеки під час вступу на роботу обов'язково проходять навчання, в ході якого їх детально знайомлять з готелем, його підрозділами, типовими ситуаціями, правами і обов'язками, методами надання першої медичної допомоги, а також з тим, як складати звіт про розслідування. Співробітники служби безпеки повинні добре знати всі закони, що мають відношення до їх роботи і діяльності готелю.

Безпека готелю відбивається в інструкціях для роботи охорони, взаєминах між департаментами, оснащенні готелю технічними засобами, стилі охоронця, маркетинговій політиці готелю. Міжнародні готельні оператори працюють за стандартами мережі. Вони формують вимоги до підрядчиків щодо установки технічного устаткування. У документах все детально прописано (кількість датчиків і розмір моніторів тощо). Прописані всі дії співробітників у різних ситуаціях. При цьому інструкції – це і база, і живий документ, який в процесі може доповнюватися.

Служба безпеки розробляє проект (концепцію) системи безпеки готелю, який затверджується генеральним директором після обговорення з керівниками інших підрозділів. Цей документ охоплює всі сторони забезпечення безпеки (функції служби, її взаємини з іншими підрозділами, систему технічних засобів забезпечення безпеки, дії співробітників готелю в критичних ситуаціях – пожежа, загроза вибуху та ін.).

Фахівці радять замислитися над концепцією ще на етапі проектування готелю. Так вдасться мінімізувати наявність слабких місць у готелі, провести якісний моніторинг технічних засобів.

На сучасному етапі розвитку готельного господарства все більшої популярності набуває формування служби безпеки шляхом аутсорсинга. Існують варіанти, коли начальник служби безпеки входить до штату готелю, а особовий склад надається сторонньою компанією. У такому разі функції підбору начальника покладаються на відділ кадрів готелю. Основним завданням служби безпеки готелю є забезпечення безпеки готельного підприємства, включаючи в це поняття превентивні, організаційні і ліквідаційні заходи щодо запобігання фізичним, фінансовим і інформаційним небезпекам і загрозам гостям, персоналу, будівлі і майну готелю. До інших завдань можна віднести:

- забезпечення режиму доступу в будівлю готельного комплексу і на його територію, запобігання несанкціонованому проникненню в приміщення і на територію готелю;
- забезпечення охорони припаркованих транспортних засобів клієнтів, співробітників на обладнаних автостоянках, а також автопарку готельного підприємства;
- визначення зон ризику (тобто зон, де є вірогідність негативних дій) і розробка сценаріїв роботи в цих зонах;
- забезпечення безпеки пересування матеріальних цінностей в межах будівлі готельної структури і прилеглої території, попередження винесення краденого майна співробітниками або клієнтами з будівлі готельної організації;
- спостереження за поведінкою клієнтів, відвідувачів, персоналу, що може спричинити розкрадання, з метою його попередження;
- контроль роботи систем життєзабезпечення готелів;
- попередження про виникнення пожежі;
- забезпечення громадського порядку;
- забезпечення особистої безпеки клієнтів і персоналу готельного господарства;
- забезпечення збереження інформації та інше.

Можна стверджувати, що поняття безпеки включає не тільки захист від кримінальних посягань, але в більшій мірі створення попереджувальних заходів забезпечення захисту.

Щоденна робота співробітників служби безпеки включає ретельний огляд території, що охороняється (кожні 2 години), постійний зв'язок зі всіма черговими службами готельного комплексу, обмін інформацією про підозрілих осіб і предмети та ін. Важливо і встановлення активної співпраці з територіальними правоохоронними органами. При проведенні масових заходів, концертів обов'язково здійснюється огляд приміщень кінологом з собакою, навченим на пошук вибухових речовин.

Таблиця 11.1

Порівняльна характеристика методів формування служби безпеки готелю

Штатна охорона	Аутсорсинг
<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дешевше забезпечення кадрової одиниці; – висока лояльність компанії; – індивідуальний підхід у підборі персоналу; – захист внутрішньої інформації готелю 	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> – можливість у стислий термін надавати необхідну кількість охоронного персоналу; – виключається процес пошуку персоналу готелем; – професіонали своєї справи; – комплексний підхід в організації служби безпеки
<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – немає резерву у разі запиту від гостей; – відсутній резерв на персонал у період хвороби або відпусток; – окремі працедавці – «довантажують» охорону обов'язками, не пов'язаними з безпекою 	<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дорожнеча надання послуг; – підбір персоналу без узгодження з готелем (за домовленістю); – низька лояльність по відношенню до готелю

Керівництву готелю служба безпеки періодично надає звіт з аналізом подій (найбільш часті інциденти, де найчастіше вони мають місце, в який час, які прізвища асоціюються з цими інцидентами), які пропонуються заходи щодо усунення повторення таких інцидентів. У службі ведеться облік всіх подій, скарг і результатів розслідувань. При відповіді на листи-скарги потрібно бути обережним, щоб не дати можливість адвокатам скаржника довести упушення (провину) готелю.

Служба безпеки обов'язково повинна мати своє приміщення, вбиральню (окрему від вбиральні іншого персоналу готелю) і кімнату для зберігання документації і складання звітів про розслідування. Кабінет керівника служби безпеки не повинен впадати в очі клієнтів, але, з іншого боку, при необхідності поговорити з керівником гість не повинен пробиратися до нього через інші приміщення.

Працівники служби безпеки не повинні змінятися в той же проміжок часу, що і інші працівники готелю, оскільки самезміна вимагає підвищеної уваги служби безпеки. Також вони повинні знаходитися в готелі в найбільш «небезпечний» час (18.00-2.00).

Співробітників служби безпеки не рекомендується одягати у форму та надавати агресивні атрибути захисту. Це не заспокоює гостей, а навпаки викликає у них неспокій. Значка служби безпеки (ідентифікаційна картка) на лацкані піджака цілком достатньо.

Останнім часом традиційний метод посилення безпеки шляхом збільшення чисельності співробітників не дає бажаного результату як з економічної точки зору, так і через малу ефективність такого підходу. Тому відбувається перехід до нової, сучасної концепції безпеки, що передбачає активне застосування складної спеціальної техніки в поєднанні з людським фактором.

Основними причинами, що виводять застосування технічних засобів на лідируючі

позиції серед заходів забезпечення безпеки, є: неохочість до втоми, неухважності, хвороб, хвилиних відчуттів, погодних умов (на відміну від людей); непідкупність, неможливість обману, шантажу і залякування; миттєвість реакції, точність виконання закладених функцій.

Основні технічні засоби, що використовуються в процесі забезпечення безпеки готелю, можна звести до наступних категорій: засоби телеспостереження; засоби реєстрації подій; засоби пожежної сигналізації та пожежогасіння; засоби охоронної сигналізації та захисту від зламу; система контролю доступу; засоби ведення внутрішніх розрахунків; обладнання місць паркування; засоби захисту інформації; інтегровані засоби та системи.

Перевагами створення інтегрованого комплексу технічних засобів безпеки є: повний взаємозв'язок всіх систем забезпечує високий ступінь автоматизації багатьох процесів управління готельним комплексом; полегшує та прискорює процес прийняття рішень оператором служби безпеки в екстремальних ситуаціях; за рахунок передачі інформації іншим службам полегшує роботу покоївок, техніків, адміністраторів; гості почувуються більш комфортно та спокійно. Отже, створення комплексної інтегрованої системи безпеки дозволяє не тільки значно підвищити рівень забезпечення безпеки приміщень та гостей, але й підвищити якість обслуговування клієнтів, полегшити роботу обслуговуючого персоналу.

11.2 Організація обслуговування VIP гостей

VIP (very important person) – особливо важлива персона – такими людьми є знаменитості, видатні діячі політики, культури, мистецтва, спорту. До таких персон відносять глав держав, президентів відомих фірм, організаторів крупних заходів, що зупиняються в розкішних апартаментах, а також постійні клієнти.

До обслуговування VIP-клієнтів задіяні практично всі служби готелю. Обслуговування VIP-клієнтів в готелі має за мету показати і підкреслити вагу і значимість гостя в культурних, політичних, професійних, соціальних й інших сферах життя.

Кожний готель, в залежності від своєї категорії, фінансових можливостей, надає своїм особливо важливим гостям різні знаки уваги, програми лояльності, подарунки.

До прийому VIP-гостей необхідно ретельно підготуватись. Відділ бронювання має перевірити підтвердження прибуття гостя за день до його очікуваного приїзду, уточнити деталі обслуговування, а саме: перевірити таку інформацію: повне ім'я VIP-клієнта; займана посада/титул; назва компанії /контактна інформація; кількість персон; категорія/тип номеру; строк перебування в готелі; тариф проживання; дата, час прильоту/вильоту, номер рейсу та ін.; чи замовлений трансфер з аеропорту; особливі побажання гостя.

На основі отриманої інформації відділ бронювання готує аркуш-заїзду

VIP-клієнта та передає його до відділу прийому і розміщення, звідки будуть надані відповідні письмові розпорядження всім службам, котрі будуть обслуговувати цього гостя. Повна інформація щодо прибуття VIP-гостя в першу чергу стосується таких підрозділів, як служба прийому та розміщення, служба експлуатації та обслуговування номерного фонду, відділ ресторанного обслуговування на поверсі (room service), кухня, служба безпеки та ін.

Підготовка до прийому VIP-гостя:

1) призначається відповідальна покоївка, яка ідеально прибере номер, ретельно перевірить техніку та укомплектує номер предметами особливої уваги до гостя, якими можуть бути: ілюстровані книги про країну, місто куди прибув споживач; національні сувеніри; подарункові парфумерно-косметичні набори; парасольки з емблемою готелю; подарункові комплекти рушників від готелю; шарфи, рукавички, косметички, папки, канцелярське приладдя, калькулятори з символікою готелю; підставки для мобільних телефонів; фірмові бейсболи та ін.;

2) відділ ресторанного обслуговування (room service) готує кімнату для приїзду VIP-гостя за стандартами, що діють в готелі, загалом – це частування за рахунок готелю (фрукти, шоколад, сік-фреш, пляшка французького вина, блюдо з сиром, канапе чи птіфуре (petits fours – асорті з різного сорту маленького печива). При цьому зважають на уподобання

гостя. Наприклад, буде помилкою вітати буддиста чи мусульманина пляшкою шампанського в номері;

3) флористи готелю турбуються про прикрашення номера квітами, беручи до уваги уподобання гостя чи тенденції моди;

4) Особисто генеральним директором готелю чи його заступником готується вітальний лист VIP-гостю з побажаннями приємного та успішного перебування в готелі. Важливо навіть те, чорнилом якого кольору написаний цей лист. Наприклад, не можна оформити інформацію червоним кольором для представників азійських країн, оскільки в такий спосіб в них на батьківщині сповіщають про смерть;

Особливості обслуговування

1. Обслуговування розпочинається представником від керівництва готелю в аеропорту. За VIP-гостем висилається автомобіль представницького класу. Бажано зустріти гостя квітами, супроводити його до автомобіля та перевірити наявність його багажу.

2. Важливо звертатися до гостей на ім'я, що дає можливість гостю відчувати себе визнаним та важливим. З цією метою, в фешенебельних готелях ще при під'їздах до готелю за допомогою безпроводного радіо (маленький мікрофон вмонтований в комірчик уніформи) передають працівникам служби прийому і розміщення імена гостей.

3. Процедура реєстрації VIP-гостей облягшують до мінімуму. Таким гостям надається право заповнити реєстраційні форми в холі готелю чи в номері.

4. Супровід в номер здійснюється менеджером служби прийому і розміщення (винятком є ескорт на чолі з генеральним менеджером готелю). При цьому слід чітко та швидко проінформувати гостя щодо зручностей та обладнання номера й особливостей користування ним. Наприкінці слід побажати гостю приємного перебування в готелі, ще раз назвати своє ім'я, контактний номер телефону та запропонувати прислати людину, яка допоможе розпакувати багаж.

5. Під час проживання гостя в висококласних готелях ніколи не забувають про особливі побажання та уподобання гостей. Готель прагне максимально задовольнити потреби гостей, якщо вони не виходять за межі розумного та не спричиняє незручностей іншим гостям, а також не шкодять працівникам готелю.

6. Особливої уваги заслуговують VIP-гості. Щоб скрасити вимушену розлуку з родиною, в номер ставлять фото родини, як додаток можуть бути покладені іграшки чи солодощі, котрі ділова мама відвезе з собою дітям. В багатьох готелях існують спеціальні номери для жінок, які обладнані додатковими дзеркалами, передбачено більш широкий асортимент косметики та парфумів, модні глянцеви журнали та квіти.

Особливості прибирання номерів, зайнятих VIP-гостями:

- зазвичай під проживання таких гостей виділяють номери вищої категорії – більшої площі, з різними за призначенням кімнатами, декількома санвузлами, з обладнаною кухнею. Такі номери прикрашені килимами, художніми картинами, скульптурами. Тому для догляду за такими номерами призначають найбільш досвідчених і спритних покоївок;

- крім основного прибирання за такими номерами протягом дня встановлюють «спеціальне спостереження», а саме: тільки споживач покине номер, покоївка намагається потрапити до номера аби здійснити експресприбирання, до якого входить: зміна рушників (за необхідності), провітрювання приміщення, винесення сміття, приведення в порядок попільничок, протирання сантехнічного обладнання, оброблення приміщення освіжувачем повітря;

- працівники служби Room-service повинні щоденно обновляти закуски та напої в номерах, що займають VIP-споживачі

Запитання для самоконтролю:

1. Розгляньте особливості організації та функціонування служби безпеки готелю.
2. Проаналізуйте типову структуру служби безпеки готелю середньої та значної місткості.

3. Порівняйте методи формування штату служби безпеки готельного підприємства.
4. Назвіть основні причини активного застосування технічних засобів у роботі служби безпеки готелю.

Тема 12. Характеристика основних типів підприємств ресторанного господарства при готелях.

- 12.1 Умови, системи та методи харчування в готелях.
- 12.2 Організація сніданків в готелі.
- 12.3 Організація шведського столу в ресторані при готелі.
- 12.4 Особливості обслуговування в номерах готелю.
- 12.5 Організація інших видів обслуговування

12.1 Умови, системи та методи харчування в готелях.

Підрозділ служби ресторанного господарства є невід'ємною частиною готельного бізнесу. Готельні ресторани – це не тільки престиж і обличчя готелю, але і основне джерело прибутку (близько 1/3 доходів готельного комплексу припадає на ресторан).

У процесі обслуговування споживачів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і набуває специфічних рис, що дозволяє вважати ресторанне господарство в курортно-туристичних центрах складовою індустрією туризму. Характерною особливістю обслуговування споживачів в готелях є надання їм повного комплексу послуг (сніданок, обід, вечеря).

Розрізняють два основних шляхи задоволення попиту – для організованих та індивідуальних туристів.

Організовані туристи, як відомо, сплачують гроші за харчування заздалегідь, коли купують путівку. Однак, витрати організованих туристів не вичерпуються придбанням путівки. Вони додатково купують фрукти, морозиво, напої тощо. Задоволенню цих потреб значною мірою сприяє розгалуженість мережі підприємств ресторанного господарства, рівень та якість обслуговування в них.

На відміну від організованих туристів, туристи-індивідуали сплачують послуги окремо (вартість додаткових послуг не включена до вартості проживання).

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя.

Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку. До того ж, «експорт» послуг здійснюється на досить вигідних умовах оскільки він не пов'язаний з транспортними витратами.

У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріальнотехнічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устаткування й обладнання, різноманітності її типів залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних туристичних районах країни.

У залежності від режиму підприємства ресторанного господарства поділяються на цілорічні та сезонні, а за організацією слід розрізняти закриті, відкриті та змішані.

Однією з форм підприємств ресторанного господарства, що сприяє кращому пізнанню традицій і культури країни перебування, є етнографічні ресторани та кафе, тобто такі, де національні особливості проявляються в інтер'єрі, одязі офіціантів, репертуарі оркестру та, найголовніше, в асортименті страв і напоїв. Такі ресторани, як правило, користуються більшим попитом.

Разом з тим, типи і мінімальна місткість закладів ресторанного господарства чітко регламентується ДБН В.2.20:2008 «Будинки і споруди. Готелі».

Специфіка готельного ресторану, на відміну від міського в тому, що його робота тісно пов'язана не лише з самою ресторанною службою, але й з усіма підрозділами готелю.

Порожній під час обіду і вечері готельний ресторан – головна турбота для багатьох менеджерів. І якщо сніданок можна продати гостю «примусово», включивши його до послуги розміщення в один пакет, то для обіду і вечері слід розробляти спеціальні програми.

Якщо готель розташований в місці високої прохідності, можна подумати про благоустрій вуличної тераси. Літнє кафе не тільки принесе дохід, але і буде непоганою рекламою готельного ресторану, привертаючи туди клієнтів зі сторони. Ресторанній службі готелю слід не забувати про банкетне обслуговування. Якщо в ресторані немає банкетних залів, можна організувати виїзне банкетне обслуговування на різних майданчиках міста, пропонуючи високоякісний сервіс і різноманітне меню, що принесе істотний додатковий прибуток.

В залежності від асортименту страв, що реалізуються в готелях, форм обслуговування, характеру торгово-виробничої діяльності підприємства громадського харчування розділяються на різні типи.

Ресторани – заклади ресторанного господарства (ЗРГ), в яких поєднується організація харчування з відпочинком гостей готелю. В них пропонується більш широкий асортимент страв, напоїв, кулінарних виробів складного приготування, у тому числі фірмових страв. Відвідувачів у ресторані обслуговують офіціанти. Якщо у ресторані харчуються іноземні туристи, офіціанти повинні знати одну іноземну мову. Для готелю, в якому більше 300 номерів, ресторан буде достатньо великим. У такому великому готелі зазвичай є головний, фірмовий ресторан і повсякденний – для сніданків, обідів і вечерь. Фірмовий ресторан зазвичай використовується для банкетів і прийомів, обслуговування учасників з'їздів і конференцій.

Ресторани мають категорії: люкс, вищу, першу, другу.

Основною задачею офіціантів ресторану готелю є швидке та культурне обслуговування (особливо час сніданку та обіду). В готельних комплексах використовують різні форми обслуговування офіціантами: накриття столівбуфетів у залі, реалізація скомплектованих сніданків, обідів, приймання попередніх замовлень, бригадне обслуговування. Кількість місць в торгових залах має відповідати місткості готелю.

Бари – заклади ресторанного господарства, в яких реалізуються напої та закуски. Їх обладнують в приміщеннях готелів, ресторанів, кафе. Вони можуть бути і самостійними підприємствами. В барах категорії люкс, вищої та першої споживачів в залі обслуговують офіціанти, за барною стійкою – бармени. В барах другої категорії у залі використовується самообслуговування, за барною стійкою споживачів обслуговує бармен, за буфетним прилавком – буфетник. В барах категорії люкс, кількість місць за барною стійкою не менш 50% кількості місць за столами, вищої категорії – не менша 25%, першої категорії – не менш 20%. В барах різної категорії правила забезпечення посудом, меблями, засобами реклами, музичне обслуговування таке, як і в ресторанах відповідної категорії.

Залежно від свого розміру готель може мати декілька барів різного типу. Наприклад, вестибюльний, ресторанний, міні-бари або навіть нічний бар. Ефективність роботи бару вимірюється рівнем реалізації відсотковим відношенням собівартості реалізованих за певний період напоїв та інших продуктів до суми виручки за них. Чим частіше перевіряється рівень реалізації, тим кращий контроль над роботою бару. Рівень реалізації в 16–24% вважається нормальним.

Буфет – заклад ресторанного господарства, в якому реалізують головним чином холодні закуски, солодкі страви, холодні та гарячі напої, соки, кондитерські вироби. Буфети призначені для швидкого обслуговування споживачів. В готелях організують поповерхові буфети, що обслуговують споживачів. Вони працюють за методом самообслуговування та розміщуються з розрахунку один буфет на два-три поверхи. Режим роботи передбачає забезпечення харчуванням в ранкові та вечірні години.

Для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства при готелі пропонують різні умови харчування, які наведені в таблиці 12.1.

Таблиця 12.1 – Умови харчування у закладах ресторанного господарства при готелі

Позначення		Характеристика
BB	bed & breakfast	До вартості проживання входить тільки сніданок (шведський стіл). Додаткове харчування за окрему плату в ресторанах і барах.
нв	half board	Напівпансіон – до вартості проживання входять тільки сніданок і вечеря (шведський стіл), безкоштовно – чай, кава, вода на сніданок.
НВ+	half board + extended half board	Напівпансіон – сніданок і вечеря (шведський стіл), а також алкогольні та безалкогольні напої впродовж дня.
FB	full board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл).
FB+ EXTFB	full board + extended half board	Повний пансіон – сніданок, обід і вечеря (шведський стіл), а також напої (у ряді закладів – пиво і вино) під час прийому їжі.
ALL, AI	all inclusive	Сніданок, обід і вечеря (шведський стіл). Упродовж дня – продукція власного виробництва й алкогольні та безалкогольні напої. Залежно від категорії підприємства готельного господарства споживачам пропонують додаткове харчування. Це може бути другий сніданок, вечеря, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах.
UAL, UAI	ultra all inclusive	Сніданок, пізній сніданок, обід, полуденок і вечеря (шведський, стіл). Широкий вибір кондитерських виробів, десертів, закусок, а також напоїв власного виробництва відомих торгових марок. Більшість підприємств готельного господарства, що працює за системою «ultra all inclusive», пропонує споживачам додаткове безкоштовне харчування в ресторанах з кухнею різних народів світу
HCAL, Imperial	high class all inclusive	Усі послуги надаються безкоштовно, крім послуг лікаря, перукарні, у деяких водних видах спорту та підводного плавання, телефону.

Розрізняють дві основні системи обслуговування:

Європейський план (EP) – готельний тариф, що визначений на основі вартості розміщення без врахування харчування. В цьому випадку точний час прибуття гостя в готель не є принциповим бо не потребує додаткових витрат готелю.

Американський план (AP) – готельний тариф, до якого включена вартість триразового харчування.

Модифікований американський план (MAP) чи континентальний план (continental plan) означає, що можуть обрати номер в комплекті з дворазовим або триразовим харчуванням. Використання цього плану потребує врахування ряду організаційних моментів. Дуже важлива точна фіксація часу приїзду та від'їзду клієнтів. З цією метою на реєстраційних картках гостей та готельних рахунках крім часу прибуття та вибуття проставляють спеціальні коди при прибутті і вибутті гостя.

При прибутті гостя код в карточці означає:

B – споживач прибув до сніданку, отже він встиг отримати триразове харчування;

L – Прибув до ланчу, тобто, отримав дворазове харчування; D – тільки вечеря;

R – в день приїзду номер без харчування;

SL – клієнт прибув пізно ввечері (рівноцінний – R). При вибутті інформація подібна, крім BB – вибув без сніданку.

Методи обслуговування

При організації сніданків, обідів і вечерь застосовують різні методи обслуговування споживачів: • обслуговування «а ля карт»; • «а парт»; • «табльдот»; • шведський стіл; • буфетне обслуговування.

Обслуговування «а ля карт». Споживачі вибирають з меню ті страви та напої, які бажають. Замовлення передається на кухню і відразу ж починається приготування та сервірування замовлених страв і напоїв. При такому обслуговуванні споживач має можливість одержати від офіціанта пораду.

Обслуговування «а парт». Застосовують цей метод обслуговування споживачів так: попередньо отримують замовлення та обслуговують споживачів у встановлений проміжок часу. Дуже часто так обслуговують у будинках відпочинку та в курортних готельних підприємствах.

Обслуговування «табльдот». Відрізняється від «а парт» тим, що всіх споживачів обслуговують в один і той самий час і пропонують однакове меню. Обслуговування починається тоді, коли всі зберуться за столом. Застосовують у пансіонатах, будинках відпочинку й інших засобах розміщення, де виробничі потужності та можливості виробничих цехів обмежені.

Обслуговування «шведський стіл». В наявності широкий вибір страв, до яких є вільний доступ. Споживач за бажанням обирає страви, запропоновані підприємством ресторанного господарства. Асортимент страв і напоїв залежить як від категорії підприємства готельного господарства, так і від країни.

Види сервісу в ресторані

Залежно від контингенту споживачів, яких обслуговують, та категорії й оснащення закладів ресторанного господарства використовують різні види сервісу. Найбільш розповсюдженими є обслуговування: • французьке; • англійське; • американське, німецьке.

При всіх видах сервісу обслуговування здійснюють офіціанти.

Французький сервіс. Цей вид сервісу притаманний для ресторанів високого класу. Особливість французького сервісу полягає в тому, що велике блюдо з розкладеною на ньому стравою демонструють споживачам. При цьому враховується візуальне сприйняття сервірованої їжі, що, безсумнівно, позитивно впливає на апетит. Підходячи до споживача з лівого боку, офіціант переносить страву в його тарілку. Існує і такий варіант французького сервісу, коли офіціант пропонує страву споживачу, який сам себе обслуговує. Французький сервіс забезпечує бригада обслуговуючого персоналу, до складу якої входять: - менеджер ресторану; - старший офіціант, відповідальний за чотири столики, який зустрічає споживача, розповідає про меню і приймає замовлення; стежить за оперативністю обслуговування й особисто розкладає страву в тарілки, здійснює нарізку тощо;

- помічник старшого офіціанта приймає замовлення на напої, подає страви; - офіціант, який подає воду, а також передає замовлення на кухню, привозить візки зі стравами, прибирає зі столу;

- сомельє.

Французький вид сервісу може бути використаний як при обслуговуванні окремих столиків, так і банкетних столів. Переваги французького сервісу: постійний контакт зі споживачем; споживач сам визначає бажану порцію. Недоліком французького сервісу є його трудомісткість.

Англійський сервіс (обслуговування з приставного столика). Офіціант викладає страву на тарілку на приставному столику, потім подає її споживачеві з правого боку. Якщо потрібно додати страву, офіціант використовує чисті тарілки, а також столовий набір. Цей вид сервісу є трудомістким, тому він рекомендується тільки для обслуговування окремих столиків.

Перевагою англійського сервісу є ідеальний контакт зі споживачами, а недоліком – великі витрати часу.

Американський сервіс. Страви розкладають на тарілки безпосередньо на кухні. Офіціанти розносять і розставляють тарілки перед споживачами. Цей вид користується популярністю завдяки простоті й оперативності.

Переваги американського сервісу: не потребує великих затрат праці; задіяна незначна кількість персоналу.

Недоліки американського сервісу: недостатній контакт зі споживачем; визначена заздалегідь порція.

Німецький сервіс. Страву розкладають на велике блюдо і ставлять на стіл на доступній від споживача відстані, щоб він міг обслуговувати себе сам. Переваги німецького сервісу: споживач сам визначає бажану порцію, бере додаткову порцію; не потребує великих затрат праці.

12.2 Організація сніданків в готелі

Усі підприємства готельного господарства особливу увагу приділяють сервісу сніданків. Зі сніданку розпочинається день споживачів готельних послуг і від його організації залежить якість обслуговування та загальне враження від підприємства. На відміну від обіду та вечері на сніданок приходять практично всі споживачі, які проживають у готельному підприємстві. Розрізняють нижченаведені види сніданків:

• Європейський (континентальний) сніданок

Містить каву, чай або гарячий шоколад, цукор, вершки (молоко), лимон, два види повидла, джему або мед, хлібоборошняні вироби на вибір, масло. У неділю сніданок доповнюють холодним яйцем. У багатьох підприємствах готельного господарства вартість європейського сніданку входить до ціни розміщення.

• Розширений європейський сніданок

Як доповнення до європейського сніданку пропонують: соки, страви з нарізаною шинкою, сиром і ковбасою, страви з яєць, йогурти, сир, сухі пластівці. Під час сніданку найчастіше організують буфетний сервіс або офіціант приносить блюдо з м'ясною нарізкою, яку розкладає у тарілки та залишає блюдо на столі. Страви з яєць готують за індивідуальним замовленням.

• Англійський сніданок

У класичному варіанті англійський сніданок починається з ранкового чаю або кави (можливо гарячого шоколаду), поданого в номер. До складу англійського сніданку входять: цукор, булочні вироби, тости, масло, джем, мед, варення. Сніданок може бути доповнений стравами з яєць (яєчною з шинкою або беконом, яйцями, смаженими на хлібі, омлетом з шинкою чи печерицями тощо), рибними стравами, стравами зі злакових (вівсяною кашею або супом на молоці чи на воді). Англійський сніданок сервірують в такий самий спосіб, як і розширений сніданок.

• Американський сніданок

Додатково пропонується вода з кубиками льоду, фруктові соки, свіжі фрукти (грейпфрут, кавун, ягоди з молоком або вершками), страви зі злакових (кукурудзяні, рисові пластівці), невелика порція м'яса, пиріг.

• Сніданок із шампанським.

Час організації сніданку – з 10.00 до 11.30. Пропонують каву, чай, алкогольні напої (шампанське, вино), невеликі порції холодних закусок та гарячі страви, супи, салати, десерти. Форма організації – буфетний сервіс. Сніданок із шампанським подається, зазвичай, під час проведення офіційного заходу.

• Пізній сніданок

Час надання послуги – з 10.00 до 14.00. Використовують складні елементи, що входять як у сніданок, так і в обід: гарячі та холодні напої, булочки, масло, джем, ковбасу, сир, супи, гарячі м'ясні страви, десерти. Є альтернативою сніданку й обіду.

Останнім часом у закладах ресторанного господарства при готелі набула поширення така послуга, як організація бранчу. У розумінні середнього споживача бранч – це дуже пізній сніданок, у меню якого можуть бути бульйони, пюреподібні супи або супи-креми. У

розумінні менеджерів ресторанного бізнесу бранч – це недільний розширений варіант «шведської лінії» для усієї родини, яка мешкає у готелі чи має наміри прикрасити святом сімейну трапезу поза межами домівки.

Бранч організовується у певний час – з 11.00 до 13.00 год., в окремих випадках він організується з 12.00 до 16.00 год. Організація бранчу має низку специфічних рис, які полягають у великій різноманітності запропонованих страв, у тому числі других гарячих страв; у більшій різновидності кулінарного оброблення страв, у певному асортименті супів. Інколи пропонуються такі послуги: приготування окремих страв у присутності і на замовлення споживачів, приготування фламбованих, а також страв, смажених на решітці, грилі тощо; обов'язковим є подання аперитиву, а в деяких випадках і дижестиву (від лат. *digestivus*, фр. *Digestif* – загальна назва напоїв, котрі подають в кінці трапези. Його можна порівняти з аперитивом, який подається перед споживанням страв, але дижестив зазвичай більш міцний. Існує негласне правило: подавати світлі напої як аперитив, а темні – як дижестив. Зазвичай це коньяк, арманьяк, грап, кальвадос, лікери, бальзами та ін.)

Напої пропонуються двох видів: алкогольні – для дорослих; безалкогольні – для дітей, також для дорослих можлива альтернатива вибору напоїв. Розрахунок кількості порцій для проведення бранчу здійснюється за методикою розрахунку кількості порцій для бенкету-фуршету.

У зв'язку з розвитком туризму сніданки в готелях можуть пропонуватися у вигляді сухого пайка. Він може бути сформований як індивідуально, так і для групи споживачів, які виїждять на екскурсії ще до початку роботи виробництва і обслуговуючого персоналу.

Сніданок сухим пайком повинен бути підготовлений робітниками сфери обслуговування ще напередодні ввечері. Всі необхідні напої слід подавати у термосах (кожному гостю окремо), аби напої залишалися теплими. Термоси повинні бути підписані за видом напою (чай, кава тощо). Фруктові і овочеві соки, холодне молоко і збиті вершки потрібно підготувати або у свіжому вигляді, або у термосах, або у спеціальному посуді, який поставлено у ванни з льодом. Вершкове масло розкладається порціями, які упаковані індивідуально і зберігається у великих ємкостях з льодом. Хліб і печиво повинно бути загорнуто у фольгу. Мармелад, мед, цукор також краще подавати в індивідуальній упаковці. Сніданок сухим пайком може бути принесений кожному гостю окремо до номера, хоча для більшості з гостей він повинен зберігатися на столах або у спеціальному буфеті для сухих пайків.

Сухий пайок формується в наступному порядку: посуд з льодом і фруктовими соками, разом зі стаканами; великі компотниці на мілкій тарілці з ложкою для розмішування, компотниці на тарілках для десерту із серветкою, ложками для компоту або десерту; одноразові (краще в упаковці) миски або тарілки для супу, мілкі тарілки і ложки; термосні стакани для кави, чаю, какао, шоколаду, молока, чашки, блюдця і кавові ложки (у тому випадку, якщо вони не входять в упаковку); вершкове масло, мармелад, мед; хліб, печиво; часточки лимону, упаковані у прозору фольгу і призначені для чаю; цукор і солодощі в чашках або у мисках.

Сніданок на поверхи може подаватися різними способами:

- прямо на спеціальному столику для обслуговування в номерах;
- на столику спеціальної конструкції на колесах, нижня частина якого заїжджає під ліжку, а верхня залишається як таця перед гостем.

Запропонувати сніданок можна також під відкритим небом. Обслуговування гостей в цьому випадку не відрізняється від звичайного, але поверхня столів не повинна бути білою, аби в них не відбивалося сонце. Тому столи покривають скатерттинами пастельних тонів. Крім того потрібно передбачити спеціальні тенти від сонця. Багато закладів пропонують особливі види подачі сніданків, наприклад, сніданки у лісі або на галявині після невеликої ранкової прогулянки (сніданки-пикніки).

12.3. Організація шведського столу в ресторани при готелі

Форма обслуговування споживачів «шведський стіл (лінія)» (Smorgasbord) широко застосовується в закладах ресторанного господарства при готелях для організації сніданків, банкетів, обідів, вечерь. Столи зі спеціалізованими секціями для нетривалого зберігання та демонстрації страв і виробів на шведській лінії монтуються у пряму або ламану лінію, відповідно до інтер'єру приміщення ресторану.

Вони можуть бути стаціонарними чи пересувними. Для прискорення обслуговування лінію можуть встановлювати з одно- чи двостороннім підходом споживачів. Відстань між шведською лінією та зоною приймання їжі в ресторанному залі або кафе повинна бути на менше ніж 1,5 м.

Шведські столи можуть бути також нетрадиційних розмірів і конфігурацій: круглі, овальні, квадратні чи прямокутні. Для організації шведського столу в ресторані виділяють окремий зал або частину залу. На видному місці розташовують інформацію про режим роботи шведського столу, вартість сніданку (обіду, вечері), про асортимент продукції.

Асортимент продукції на шведській лінії чи на столі розташовують у відповідному порядку, спочатку розміщують асортимент соків, прохолоджувальних напоїв, далі – молочні продукти, масло вершкове, маргарин та масляні суміші, салати та вінегрети, холодні страви з риби, м'яса, сільськогосподарської птиці. Над прилавками з холодними закусками може бути розташована полиця, на якій розміщують хлібобулочні вироби (в тому числі і власного виробництва) в корзинах, вкритих лляними серветками. Корзинки зі звичайними, національними та дієтичними видами хліба розміщують у кінці шведської лінії, щоб споживачі могли його взяти з урахуванням вибраних страв. Соуси та спеції розташовують біля відповідних страв, або в окремому місці шведської лінії. Для приготування гарячих закусок у лінію встановлюють настільну чи пересувну плиту. Для підтримки супів чи других страв у гарячому стані в лінію вмонтовують прилавки з вбудованими мармітами з місцями для гастромістокостей чи у випадку з організацією шведського столу – з настільними мармітами «Chafing-Dishes» (чафендішами). Для відповідного посуду встановлюють пересувні візки для підігріву.

При організації шведського столу можуть бути використані фуршетні чи спеціальні столи. При цьому довжина однієї лінії становить 3–4 м, ширина 1,5–2 м, висота 0,75–0,9 м. Столи накривають білою чи іншого кольору скатертиною та створюють «юпку» відповідної довжини на 0,5 см від підлоги). Для економії місця використовують відповідний посуд (прямокутний, трикутний, квадратний, багатоповерховий, типу етажерки тощо), створюють гірку посередині столу вздовж його осі, або у вигляді драбин (дві–три) при пристінному розташуванні та односторонньому підході.

Асортимент продукції шведського столу залежить від часу обслуговування (сніданок, обід, вечеря). У ранішні години рекомендується використовувати один з варіантів тижневого меню континентальних сніданків: сухі сніданки (cereals), мюслі, корфлейкс, рибна гастрономія (оселедець, шпроти, риба холодного та гарячого копчення), м'ясна гастрономія (шинка, буженина, ковбаса, сосиски тощо), овочі натуральні, салати та вінегрети, млинці, оладки, запіканки, сир твердий та м'який різних сортів, кисломолочний сир, сметана, йогурти, кефір, ряжанка, молоко (холодне та гаряче), вершки, страви з яєць, каші молочні, кондитерські вироби, чай, кава, какао тощо. На багатопорційні блюда розкладають набори для перекладання: столові виделки та ложки, лопатки, щипці тощо.

Під час сніданку на стіл ставлять марміт для підігріву яєць, в який вмонтовані чарки-підставки з вогнетривкого матеріалу, тостер.

У розрахунку вихід порції на одного гостя складає 1/2 або 1/3 від стандартної порції для кожної страви, наведеної у меню сніданку. У разі великого асортименту страв, наведених в меню сніданку, вихід порції на одного гостя може складати 1/4 від стандартної.

В меню обіду включають 12–16 найменувань холодних закусок, 2–3 найменування супів, 4–6 других страв, соуси, десерт (желе, креми, компоти, фрукти), борошняні кондитерські вироби, гарячі напої, соки та фірмові напої.

До меню вечері на шведському столі включають 8–10 найменувань холодних закусок, 4–6 других страв, соуси, десерт, в тому числі й фрукти, борошняні кондитерські страви та гарячі напої.

Асортимент страв та кулінарних виробів потрібно міняти за днями тижня та проводити тижні національної кухні (вітчизняної та кухонь мешканців готельного комплексу). Доцільно організувати окремих стіл для десерту, борошняних кондитерських виробів, гарячих напоїв, на якому розміщують стопки десертних тарілок, чайні та кавові чашки з блюдцями, десертні, фруктові набори, серветки, набори для перекладання, вази, етажерки для тістечок, блюда з ковпаком із прозорого матеріалу, розетки для варення тощо.

Попереднє сервірування столів залежить від виду обслуговування (сніданок, обід, вечеря). На столи ставлять також пляшки з мінеральною негазованою водою або глечики із талою, салатники з льодом (влітку) на піржковій (закусочній) тарілці з лляною серветкою.

Під час обіду чи вечері в залі може бути організований продаж напоїв, тютюнових виробів за готівку через барну стійку чи за допомогою пересувних візків.

Для обслуговування шведського столу в ресторані створюють бригади кухарів чи офіціантів. Кожний робітник, що входить до складу бригади, виконує конкретну роботу (сервування столів, отримання та поповнення асортименту страв і закусок під час сніданків, обідів та вечері, приготування гарячих страв, сервірування десертного столу та його поповнення десертними стравами й гарячими напоями, прибирання використаного посуду тощо).

Шведський стіл працює за методом самообслуговування, але якщо споживач забажає, то офіціант повністю може обслужити його за столиком під час сніданку.

12.4 Особливості обслуговування в номерах готелю

При оцінюванні відповідності готелів високим категоріям (4–5 зіркам) мають бути послуги «Room service» та «Mini-Bar».

«Room service» (англ.) – обслуговування в номерах готелю. Для цього створюється спеціальна служба з відповідною назвою «Room service», яка вирішує всі проблеми з приймання замовлень на подачу страв і напоїв протягом дня до номерів готелю.

Для підвищення якості роботи даної служби готелю необхідно:

- по-перше, налагодити своєчасне виконання замовлень, особливо сніданків, оскільки ця послуга найбільш популярна серед гостей;

- по-друге, неухильно добиватися зниження цін на дані послуги.

Плануючи роботу служби, менеджер повинен:

- замовити необхідну кількість устаткування, наприклад візки сервіровок, підноси, посуд з кришками і спеціальними ковпаками для зберігання температури подачі, столове приладдя;

- скласти графік роботи службовців. Складаючи графік, менеджер виділяє відповідне число обслуговуючого персоналу, виходячи з планованого обсягу робіт.

Диспетчер, що приймає замовлення по телефону, повинен володіти кількома іноземними мовами. В номерах серед інформації про послуги, що їх надає готель мешканцям, також міститься інформація про послуги з обслуговування в номерах готелю. Уся інформація викладається у друкованому вигляді в спеціальній папці з логотипом закладу або у вигляді одного аркуша з друкованою інформацією. В ній зазначається час обслуговування, меню, умови оплати (чи включена вартість сніданку до вартості проживання в готелі; до якого часу обслуговування є безкоштовним, а з якого має фіксовану ціну).

При подачі замовлення, мешканець готелю в листі-замовленні сповіщає службу «Room-service» про номер кімнати, прізвище, кількість осіб, дату.

Зазвичай, «Room-service» здійснюється з 7.00 до 23.00. Меню сніданків включає 5–8 варіантів.

Обслуговування в номерах здійснюється офіціантами, кількість яких залежить від:

- категорії готелю; - кількості мешканців; - наявності службових ліфтів.

Здебільшого для обслуговування в номерах використовують матеріально-технічну базу закладу ресторанного господарства при готелі. На поверсі має бути обладнане відповідною технікою, посудом та білизною виробниче приміщення.

Етапи здійснення обслуговування у номері готелю

1. *Приймання замовлення на обслуговування* – здійснюється у певні години. За номером телефону, який вказано в інформаційній папці «Roomservice», приймання замовлення здійснюється диспетчером чи черговим офіціантом. З'ясовуються усі питання, в тому числі способи подавання страв і необхідність присутності офіціанта в номері під час трапези. В готелях, де не створені умови для організації спеціальних поверхових буфетів (виробничих приміщень), для обслуговування в номерах організують бригаду офіціантів з числа працівників ресторану на чолі з диспетчером чи одного чергового офіціанта. Замовлення на споживання страв у номері можна здійснити в номері в присутності офіціанта.

Замовлення на обслуговування в номерах реєструють у спеціальній книзі (журналі) обліку або використовують комп'ютерну мережу. Запис ведеться в такій послідовності: номер кімнати, час виконання, кількість гостей, асортимент страв і напоїв, особливості приготування.

2. *Передача замовлення на виробництво*: із приміщення «Room-service» офіціант передає замовлення на виробництво ресторану по телефону або безпосередньо виробничому персоналу.

3. *Організація роботи з підготовки предметів сервірування* проводиться офіціантом під час виконання замовлення в ресторані. *До предметів індивідуального сервірування належать*: посуд, основні набори, чарки, келихи, фужери, лляні серветки, набори зі спеціями, зубочистки, паперові серветки, попільничка, столова білизна, вазочка з квітами.

4. *Отримання готової продукції*.

5. *Транспортування продукції до номера* здійснюється офіціантами з використанням таці або офіціантського візка. Правила розташування предметів сервірування на таці і правила користування тацею є традиційними. Проте дозволяється на одній таці розташовувати продукцію власного виробництва і буфетну. В разі виконання замовлення за допомогою 2-3-поверхового візка, предмети сервірування розташовують на середній і нижній полиці, а на верхній – замовлені страви та напої. Слід зазначити, що для обслуговування в номерах готелю використовують таці з об'ємними кришками, які виготовлені з полімерних прозорих матеріалів, що диктується вимогами санітарії та гігієни. З цією ж метою, а також для зберігання певної температури для подачі гарячих та холодних страв використовують певний однопорційний металевий посуд із кришками у вигляді півсфери (кришки клоше), настільні марміти, візки з підігрівом, лляні серветки на чайники (кавники). У номері столики-візки (найчастіше круглої форми) можна використати як ресторанный стіл.

6. *Сервірування місця приймання їжі*. Способи подачі страв обирає замовник, що вимагає присутності офіціанта в номері гостя. Сервірування може здійснюватися на обідньому столі, письмовому столі, журнальному столику. Правила сервірування аналогічні як в залі ресторану. Якщо замовлення вимагає подавання сніданку на одну особу, то офіціант повинен готувати страви розташувати на таці, так, як при сервіруванні столу, тому що їжу можна приймати і на таці розмістивши її на поверхні столу.

7. *Обслуговування споживачів* – вимагає від працівників служби «Roomservice» особливої технічної підготовки. Воно пов'язано не лише з технікою обслуговування і виконанням побажань споживачів, але і з правилами поведінки в номері готелю. Усі працівники повинні пройти спеціальний тренінг і навчитись дотримуватись правил етикету, поведінки в номері. Офіціант несе тацю в лівій руці, підходячи до номера, дзвонить чи стукає у двері, запитує дозвіл увійти. Увійшовши офіціант вітається, уточнює, чи був виклик, і представляє себе офіціантом служби. Офіціанти за бажанням гостя

використовують різні способи подавання страв: «в обнос», за допомогою приставного столу (візка), «в стіл».

8. *Прибирання посуду, розрахунок.* Після зазначення замовником часу закінчення трапези, офіціант повертається до номера щоб прибрати посуд, привести в порядок стіл, приміщення. За бажанням гостя посуд можна залишити в номері до наступного дня до фіксованої години, про що робиться офіціантом запис в книзі обліку посуду, наборів. Офіціанти другої зміни, перевіряючи перед початком роботи наявність посуду, наборів, скла і білизни, враховують їхню кількість, яка залишилася у номері. Використаний посуд забирають з номера, роблячи знову помітку в книзі обліку про його повернення та фізичний стан.

Офіціант також передає рахунок замовнику для підпису, який потім буде включений до загальної суми рахунку при виїзді гостя.

Основні правила для працівників, які здійснюють обслуговування в номерах або на поверхах у готелі:

2. Якщо споживач замовляє гарячі страви, завжди потрібно мати спиртівку або плитку для підігріву;

3. Якщо є можливість, то страви потрібно подавати не всі одразу, а окремо кожен;

4. Для страв, які подаються на таці, завжди необхідно мати скатертину для столу;

5. Перед сервіруванням кожне замовлення потрібно перевірити;

6. В кінці обслуговування гостям подається рахунок, який повинен бути підписаний замовником;

7. Замовлення повинно виконуватися вчасно;

8. Якщо споживач в номері відсутній, бажано не заходити;

9. Слід дізнатися у гостя час прибирання посуду, та пильнувати його повернення до ресторану.

Організація роботи міні-барів. Використовувати такі бари дуже рентабельно для готелів. Ціни на продукти і напої в міні-барах встановлюються в кілька разів вищі роздрібних цін. З міні-баром споживач не відчуває дефіциту в напоях у будь-який час доби, а різноманітний асортимент напоїв і продуктів покликаний спокушати гостя скористатися пропозицією. У деяких готелях вартість вмісту міні-бару перевищує добову вартість мешкання в номері. Ключ від міні-бару зазвичай вкладається в пакет, який споживач отримує в службі прийому і розміщення. Якщо споживач не збирається користуватися баром, він цей ключ може не брати. Зазвичай запаси напоїв поповнюються щодня. Вартість випитого автоматично включається до рахунку, контроль за вмістом міні-бару здійснюють у великих готелях працівники спеціальної служби «Міні-бар – контроль». Розробка асортименту, закупівля продукції, контроль над споживанням продуктів в міні-барах і поповнення їх запасів достатньо трудомістка і відповідальна робота, що вимагає додаткового штату співробітників.

Орієнтовна структура асортименту продукції у міні-барі може бути такою:

- солодкі газовані напої (місткість 0,33–0,5 л) – 30%;

- мінеральна газувана та негазована вода (0,33 л) – по 8% кожної;

- сік в асортименті (0,2 л) – 8%;

- пиво в асортименті (0,33–0,5 л) – 15%;

- чіпси (35 г) – 8%;

- горішки (40 г) – 8%;

- шоколад в асортименті (15–100 г) – 15%.

Але більш поширеним є включення до асортименту міні-бару тільки напоїв у дрібній розфасовці.

В інформаційному куточку кожної кімнати, де є міні-бар, знаходиться листок з вичерпною інформацією про асортимент бару, вартість і кількість продовольчих товарів. Уся інформація подана двома мовами: українською та англійською. Покоївка чи

спеціальний працівник служби «Room-service» (у разі її існування) стежить за асортиментом міні-бару.

В номери готелю для VIP-гостей перед їх заселенням заноситься кошик з фруктами (яблука, апельсини, груші, виноград, сливи, ананас, банани тощо). До номерів бізнес-леді може бути покладена на подушці маленька шоколадка або вітамінка.

У гостьових кімнатах є бланки, в яких гостя просять вказати кількість випитого і з'їденого з міні-бару, поставити свій підпис і передати ці відомості в Reception перед від'їздом. На практиці споживачі не завжди ускладнюють себе заповненням даної форми або заповнюють її не точно. Особливу небезпеку, пов'язану з несплатою деяких додаткових послуг, несе з собою день від'їзду клієнтів. У готелях, де не існує офіційної процедури перевірки і здачі номера при від'їзді, міні-бар в день від'їзду піддається контролю.

Система автоматичних міні-барів дозволяє готелю суттєво оптимізувати витрати і підвищити прибутковість цього виду сервісу. Це досягається за рахунок централізованого управління всіма міні-барями, встановленими в номерах в готелі. Взаємодія системи автоматичних мінібарів з комп'ютерною системою в службі прийому і розміщення дозволяє миттєво передавати інформацію до основного рахунку гостя про всі його витрати, пов'язані з використанням міні-барів. Міні-бари не стільки іміджеве придбання, скільки спосіб отримання додаткового прибутку для готелю (міні-бар окуповується через 2–4 місяці, а потім починає приносити стабільний дохід).

Світові стандарти вимагають, щоб в готелях категорії 4, 5 зірок мінеральна вода була лише в скляних пляшках.

Іноземні туристи, що зупиняються в респектабельних готелях звикли бачити в міні-барах продукцію відомих брендів.

В сучасних умовах міні-бар в готелях Європи переживає епоху ренесансу – готелі відходять від звичних пива та вина. Натомість додають в міні-бар різні товари, які можуть не належати до продуктів харчування чи напоїв. Зокрема, мережа курортів та готелів Westin запропонувала нову концепцію міні-барів, створених спеціально для «освіження тіла і розуму» – пакет «Purification Station» (буквально – «станція очистки») включає унікальні продукти, як кисневі та енергетичні коктейлі, спрей-антистрес, екологічно чисте вино і низькокалорійне печиво – все для відновлення сил. Особливої популярності набувають різні натуральні аромоолії: бергамот для боротьби зі стресом, лимон для енергії, лавандова та ментолова олії з їх антисептичними властивостями.

В розріз сучасних інноваційних технологій слід розглянути й «розумні» міні-бари – сучасна зброя в прагненні боротьби з крадіжками і високими витратами на утримання обслуговуючого персоналу.

З цією метою міні-бари нового покоління містять вмотовані інфрачервоні чи електромагнітні сенсори або датчики, які реагують на важкість предмета. Коли певний продукт взятий з полиці, у гостя є 30 сек. щоб повернути його, інакше система відмітить його як проданий. Існують системи, які «вмикають» міні-бар лише споживач зареєструвався в готелі та «замикають» його при виселенні. Інші «оповіщають» покоївку про те, що міні-бар відкривався, і тим самим вона знає про необхідність його перевірки.

12.6 Організація інших видів обслуговування

До послуг, що надаються готелем, повинно входити бронювання столиків у ресторані за бажанням гостя, організація бенкетів, обслуговування конференцій.

Масові заходи можуть організовуватися як в приміщенні готелю, так і з виїздом на чужу територію. Їжа може бути приготована як на кухні готелю, так і там, де організовується захід.

Організація бенкетів складається з трьох стадій: прийом замовлення, підготовка до проведення бенкету, обслуговування.

Замовлення на проведення заходу або просто замовлення на банкет оформляється на кожен захід окремо і містить велику кількість інформації.

Із замовником погоджуються:

дата обслуговування, кількість учасників, місце проведення, оформлення залу, музичний супровід, надання додаткових послуг, початок і закінчення обслуговування, меню, куверт (відстань між самим крайніми предметами індивідуального сервірування для одного гостя (довжина становить 0,8–1,2 м, іноді 1,3–1,5 м), кувертна карта (персональна візитка, в якій вказується ПІБ запрошеного), попередня вартість замовлення, порядок розрахунку.

Банкетний менеджер повинен добре знатися на винах, стравах і сервісі, знати про переваги різних етнічних общин і вміти організувати заходи відповідно до національних і релігійних канонів.

Банкетний менеджер повинен знатися на всіх типах банкетів і способах подачі закусок, страв і напоїв. До обов'язків банкетного менеджера входить:

- керування обслуговуванням всіх масових заходів;
- контроль за роботою прибиральників з оформлення кімнати, в якій проходитиме захід;
- складання графіка роботи офіціантів і затвердження бригади, відповідальної за кожен конкретний захід;
- погодження з шеф-кухарем меню і сервісних процедур;
- перевірка списку уточнень, зроблених безпосередньо перед заходом;
- подача клієнтові рахунків відразу ж після закінчення заходу;
- суворе дотримання процедур, що прийняті в даному готелі стосовно обслуговування масових заходів, також заходів з протипожежної безпеки;
- підрахунок націнки за обслуговування і чайових з подальшим розподілом цих грошей між обслуговуючим персоналом;
- узгодження всіх особливих вимог із заступником завідувача з обслуговування та координатором заходу.

Банкети-прийоми. залежно від форми обслуговування можна розділити на декілька видів: банкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами; фуршет; коктейль, банкет-прийм із змішаним обслуговуванням; банкет-чай.

Обслуговування в конференц-залах

Обслуговування в конференц-залах здійснюється тільки за бажанням учасників і організується у фіксований термін часу. Найчастіше обслуговування здійснюється під час перерви на каву-брейк («Coffee break»). Асортимент продукції, що пропонується, узгоджується з організаторами заходу. Найчастіше він вимагає: порціонні каву, чай, цукор, вершки, молоко, мінеральну газовану і негазовану воду, сік, фрукти, тістечка в асортименті. В окремих випадках до меню включають бутерброди-канапе з рибою та морепродуктами, сиром, шинкою, ковбасою тощо. Оскільки учасники заходу під час перерви приміщення конференц-залу зазвичай не залишають, обслуговуючий персонал створює умови за бажанням учасників, для паління. Обслуговування здійснюється найчастіше в обнос, при невеликій кількості учасників (до 15–20 чоловік), якщо розташування гостей здійснюється за одним столом. Якщо кількість учасників перевершує 20 осіб, то каву-брейк організують за фуршетними столами, які можуть бути пересувними й розташовуються біля найкоротшої стіни або біля електричної розетки. Обслуговування здійснюється суворо за знаком організатора заходу. Офіціанти з'являються на обслуговування тільки під час перерви. При обслуговуванні в обнос може бути застосована столова білизна – індивідуальні ляльні серветки на стіл. В усіх інших випадках доцільно використовувати паперові серветки. Перерв на каву-брейк за бажанням організатора, може бути декілька і на кожен узгоджується меню з відповідальним офіціантом. Конференц-зал повинен обладнуватись офіціантськими візками або сервантами.

Чайний стіл

В останні роки на ринку послуг ресторанів готельного господарства з'явилася послуга з організації «чайного столу», «чайної церемонії» або «чайного клубу для леді». Виконуючи бажання мешканців готельного комплексу, особливо Північної Європи,

доцільно організувати не тільки ранішній чай («High Tea»), але й післяобідній («Afternoon Tea»).

Для цього в ресторані або кафе виділяють окремий зал чи частину приміщення, які мають відповідне оформлення інтер'єру, або штучно його створюють. У залі може бути встановлена і тематично оформлена буфетна стійка-прилавок. Весь інтер'єр приміщення і предмети сервірування столів відповідають тематиці: англійський п'ятигодинний чай, чай по-французьки, чай по-східному, чай по-китайськи, чай «Жасмін» тощо. В буфетній стійці офіціант зберігає замовлену споживачем буфетну продукцію. Методи та техніка обслуговування офіціантами не дуже відрізняються від прийнятих у ресторанах. Але при організації «чайного клубу для леді» при готелі організатори пропонують програму вечорів на місяць, в якій вказують дати та час відкриття клубу, правила членства, порядок здійснення церемонії, вимоги до зовнішнього вигляду, наявність супутників, меню церемонії тощо.

Питання для самоконтролю

- 1.Класифікація організаційних форм обслуговування споживачів.
- 2.Методи обслуговування:
 - а) характеристика форм самообслуговування;
 - б) характеристика форм обслуговування офіціантами.
- 3.Організація додаткових послуг в ЗРГ.
- 4.Меню, види меню.
5. Основні правила подачі страв.
6. Організація повсякденного обслуговування споживачів.
7. Організація обслуговування мешканців в номерах.
8. Організація сніданків в готелі.
- 9.Організація роботи «Room-service».
10. Організація роботи міні-барів.
11. Особливості обслуговування в конференц-залах.

Тема 13. Організація та технологія надання додаткових послуг в готелі

- 13.1 Сутність та класифікація додаткових послуг в готелі.
- 13.2 Особливості надання транспортних послуг та бронювання квитків в готелі.
- 13.3 Організація побутового обслуговування в готелі.

13.1 Сутність та класифікація додаткових послуг в готелі

Додаткові послуги є неодмінною складовою діяльності будь-якого готелю.Визначальним фактором для збільшення кількості та покращення якості додаткових послуг є орієнтація готельного підприємства на ту чи іншу категорію споживачів. Впровадження додаткової послуги має бути виправданим та доцільним.

Розвиток додаткових послуг дозволяє не тільки розширювати перелік пропозицій для клієнтів готелю, але й залучати до відвідування готельного комплексу мешканців міста. Якщо раніше в переліку їх нараховувалося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят (а в німецьких готелях найвищої категорії кількість додаткових послуг досягає майже 300).

Розмаїття додаткових послуг визначається як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Готелі можуть надавати додаткові послуги самостійно, використовуючи власну інфраструктуру, а можуть використовувати послуги інших підприємств на договірній основі (комунально-побутових, транспортних, банківських, торговельних та ін.). До елементів інфраструктури готелю, що забезпечують можливість розвитку додаткових послуг, належать: фотоательє, більярд, обмін валют, конференцзал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнесцентр, пункт першої медичної допомоги,

сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн. Сучасними тенденціями є те, що готелі прагнуть створити таку інфраструктуру для надання якісних додаткових послуг, щоб клієнт найбільше часу проводив в готелі, користуючись саме його послугами.

Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції.

Незважаючи на розмаїття асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи.

I. Залежно від сфери задоволення попиту

1. Послуги, що полегшують перебування споживачів у готелі та туристичному районі:

- інформаційні (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо);
- комунально-побутові (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- посередницькі (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо);
- послуги автотуристам (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів);
- надання друкованої продукції, настільних ігор;
- продаж товарів;
- прокат спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2. Послуги, що збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3. Послуги, що підвищують рівень комфорту в номерах (подання закусок і напоїв до номера, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4. Послуги, що задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексом зв'язком, комп'ютером тощо).

II. За способом надання додаткові послуги можуть бути:

- платними;
- безкоштовними.

Відповідно до «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг: - виклик швидкої допомоги; - доставка в номер кореспонденції; - побудка у визначений час; - надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю.

Працівники готелю не мають права без згоди споживача надавати платні додаткові послуги. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Удосконалюючи систему вітчизняного сервісу, необхідно наближати її до загальноприйнятих світових норм і стандартів. У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування споживачів. Так, великою зручністю для гостей готелю є запровадження пластикових карток. Закодовані

картки містять дані, необхідні для готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номера), а електронний код слугує ключем для входу в номер. Американські готельні підприємства за допомогою такої картки забезпечують гостеві доступ до значної кількості послуг безпосередньо через телевізор у номері. Спеціальний пристрій, приєднаний до телевізора, дозволяє туристові резервувати місця в ресторані, вибирати страви для подання їх у номер, порахувати баланс своїх витрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, взяти автомобіль напрокат тощо. Для ділового туриста готельні номери вже почали оснащувати автоматичними телефонами, комп'ютерами, машинами для передачі факсимільних зображень. Для отримання цих послуг туристові достатньо скористатися кредитною картою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і записуються на його рахунок.

13.2 Особливості надання транспортних послуг та бронювання квитків в готелі

Транспортні послуги – один з важливих видів обслуговування в готелях. До них відносять: бронювання квитків, замовлення таксі, прокат автотранспорту.

Бронювання квитків на різноманітні види транспорту здійснюють за допомогою новітніх інформаційних технологій. Глобальні комп'ютерні мережі досягли в цьому великих успіхів. Готелі, котрі підключені до глобальних мереж бронювання, мають можливість внести до їх банку даних інформацію про готель, види номерів, їх опис та ціни.

У 1987 р. створено два консорціуми: «Galileo» та «Amadeus». Система «Galileo» об'єднує системи бронювання наступних авіакомпаній: «Alitalia Airlines», «British Airways», «KLM», «Svizzera», «Aer Lingus», «Austrian Airlines», «Sabena», «Olympic Airways» і «TAP Portugal». Система «Amadeus» включає себе фірми «Air France», «Air Inter», «Iberia», «Lufthansa» та ін.

Сьогодні великі готельні компанії, турагенства та виробники комп'ютерних систем прагнуть створити суперглобальну єдину комп'ютерну систему бронювання. За статистикою основна частина броньованих квитків припадає на частку авіаперевезень. Існує лише одна система бронювання автомобілів. Користувачам пропонується можливість прокату автомобілів в 40 компаніях з оренди. Найбільш слабе місце – резервування залізничних квитків, круїзів та квитків на культурно-масові видовища.

Бронювання квитків на різні види транспорту здійснюється за допомогою туристичних компаній, що знаходяться в холі готелів.

Замовлення таксі. Готель надає гостю можливість замовлення таксі двома способами: через міську службу таксі; - через власну службу таксі готелю.

При замовленні таксі адміністратор готелю, що прийняв замовлення, виписує картку, яка має містити такі дані: назва готелю; номер кімнати; номер машини; час та місце призначення.

Картка передається водію, оскільки споживач може бути іноземцем. Оплата таксі здійснюється гостем безпосередньо водієві таксі.

За наявності в готелі власної служби таксі замовлення передається адміністратором безпосередньо до служби. При цьому також виписується карточка, яка передається водію. Власну службу таксі можна організувати лише за наявності в готелі власної стоянки та гаражу транспортних засобів. Всі машини повинні мати фірмовий знак готелю (найменування, емблема, телефон служби таксі тощо).

Прокат транспорту. Сьогодні більшість готельних підприємств мають у складі матеріально-технічної бази готелів різні транспортні засоби, які необхідні:

- для надання послуг з прокату автомобіля, мотоцикла, квадроциклу, здійснення трансферів з використанням автомобілів або автобусів, літаків;
- для надання можливості клієнтам готелю займатися спортом або розважатися з використанням катерів, яхт, мото-дельтапланів та ін.;
- для обслуговування і потреб існуючої матеріально-технічної бази, наприклад, території готельно-ресторанного і санаторно-курортного комплексу.

Процедура прокату автомобілів проста: за умови, що вік туриста не менше 21 року і не перевищує 70 років, достатньо пред'явити паспорт і водійське посвідчення (що підтверджує водійський стаж не менше двох років) працівнику прокату. В деяких країнах обслуговування клієнтів ведеться лише за наявності кредитної карти.

Ціна прокату залежить від класу автомобіля. Зазвичай, до оплати прокату автомобіля включають: - необмежений прокат автомобіля, - доставка автомобіля клієнту в межах міста;

- ремонт чи заміна автомобіля у випадку технічної несправності, крім пошкодження покришок, вітрового скла чи двигуна; - повна страховка на випадок дорожньо-транспортної пригоди не з вини клієнта (крім випадків алкогольного сп'яніння водія, за яких страховка не виплачується). В більшості країн абсолютного сухого закону не існує. страховка, що покриває збиток нанесений автомобілю в ДТП з вини клієнта; - страховка пасажирів (крім водія) від нещасних випадків; - податки.

Машину клієнту подають з повним баком і повертає клієнт її з повним баком. За додаткову плату можна придбати право на ведення машини іншим водієм.

Адміністратор готелю повинен надати інформацію клієнту щодо дозволених місць паркування в місті, наявності обмеження швидкостей на автомагістралях та в місті, інформацію, якою має володіти клієнт під час ДТП.

13.3 Організація побутового обслуговування в готелі

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, що виникають у гостей під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від категорії готелю. Підприємства, що надають побутові послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.

До складу послуг з побутового обслуговування входять:

1. Термінове прання і хімчистка, ремонт і прасування особистих речей (у номері в папці з рекламою мають бути бланки замовлень на прання і чищення одягу. Там же мають бути й пам'ятки про те, як здати одяг у прання. Таку послугу можуть надати в готелі, де є пральня. У готелях більш низької категорії можна взяти праску напрокат. Споживач сам прасує у номері або в спеціальній кімнаті, де є гладильна дошка);

2. Терміновий ремонт і чищення взуття. У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття. У холах висококласних готелів стоять апарати для чищення взуття. У номерах є щітки для чищення взуття й одягу;

3. Зберігання речей і цінностей (камера схову і сейфи в номерах і в адміністратора);

4. Розвантаження, завантаження і доставка багажу в номер (оплачуються чайовими – у готелі організується черговість посильних з метою отримання однакових чайових);

5. Прокат предметів культурно-побутового призначення (телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо);

6. Дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно- та фотоапаратури; фотопослуги;

7. Послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів. Ці послуги можуть надаватися й у номерах, але мають націнку;

8. Доставка харчування в номер.

Зазвичай, у кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо споживач просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували

Питання для самоконтролю

1. Перелічіть додаткові послуги підприємства готельного господарства, які належать до групи безкоштовних.

2. Яка прослідковується залежність між категорією підприємства готельного господарства та пакетом безкоштовних додаткових послуг?

3. Дайте характеристику організації надання безкоштовних додаткових послуг в готельному господарстві.
4. Опишіть технологію надання ряду безкоштовних послуг:
 - побудка;
 - виклик швидкої медичної допомоги;
 - надання першої медичної допомоги;
 - виклик лікаря;
 - подача преси в номер;
 - подання сніданку в номер.
5. Які Ви знаєте платні додаткові послуги?
6. Наведіть приклад технології надання платної додаткової послуги в підприємстві готельного господарства.
7. Опишіть організацію надання транспортних послуг для гостей готельного господарства.

Тема 14. Анімаційні послуги в готелях

14.1. Сутність готельної анімації, її риси, функції.

14.2 Технологія анімаційного процесу.

3.7.1 Сутність готельної анімації, її риси, функції

Важливою частиною багатопланової діяльності готельного підприємства, вираженням високого рівня професіоналізму є організація анімації. Основною задачею готелю є: організація максимально комфортних умов для відпочинку, створення атмосфери забезпеченості та свята. Реалізація цих задач забезпечується всіма службами готелю. Починаючи з працівників служби прийому і розміщення, котрі зустрічають туриста в день його прибуття, покоївок, що прибирають кімнати, працівників охорони, що забезпечують безпеку перебування в готелі, персоналу служби ресторанного господарства, інших сфер обслуговування та закінчуючи топ-менеджерами, всі прагнуть відповідати даній уяві, оскільки від всіх разом і кожного окремо залежить настрої туриста, відчуття задоволення і гарного враження від проведеного відпочинку.

Для того, щоб повною мірою зрозуміти сутність анімаційної діяльності, необхідно розглянути зміст, цілі та завдання анімаційного процесу, оскільки кожна анімаційна послуга є особливим процесом діяльності, суть якого обумовлена конкретними закономірностями (тематичністю, емоційністю, активністю, цілеспрямованістю).

Анімація виступає процесом стимулювання повноцінної рекреаційної, соціально-культурної, дозвіллевої та іншої діяльності людини шляхом впливу на її життєві сили, наснагу і натхнення.

Анімації притаманні наступні риси: здійснюється у вільний час; відрізняється свободою вибору, добровільністю, активністю, ініціативою як однієї людини, так і різних соціальних груп; обумовлена національними, релігійними, регіональними особливостями і традиціями; характеризується різноманіттям видів на базі різних інтересів дорослих, молоді та дітей; - відрізняється глибокою особистісністю; має гуманістичний, культурологічний, розвиваючий, оздоровчий і виховний характер.

В практиці анімаційної справи виділяють такі функції: адаптаційна, що дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної, дозвіллевої; - компенсаційна, яка звільняє людину від повсякденної фізичної та психічної втоми; - стабілізуюча, що створює позитивні емоції і стимулює психічну стабільність; - оздоровча, спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини; - інформаційна, що дозволяє отримати нову інформацію про країну, регіон, людей; - освітня, що дозволяє придбати і закріпити в результаті яскравих вражень нові знання про навколишній світ; - рекламна, що дає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туркомплекс, готель, турфірму.

Готельна анімація є комплексною дозвіллево-рекреаційною готельною послугою. Вона заснована на особистих контактах тураніматора з туристом, на людській близькості, на спільній участі аніматора і туриста в розвагах, що пропонуються анімаційною програмою готелю. Анімаційна програма готелю має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування, підвищення якості обслуговування, рівня задоволеності туриста відпочинком.

Зміст, способи та форми реалізації анімаційних програм розрізняються при клубній організації відпочинку, в готельних ланцюгах і в готелях різної цільової спрямованості та різної величини. Вибір конкретних форм анімаційної діяльності залежить від можливостей матеріально-технічної бази готелю, його місця розташування і наявності інфраструктури, контингенту відпочиваючих, рівня професійної підготовки працівників дозвіллевої сфери. Незважаючи на те, що анімаційна база готелю має особливості, всі послуги анімаційного типу можна структурувати таким чином (табл. 14.1):

Таблиця 14.1 – Класифікація анімаційних послуг курортних готелів

Стандартні послуги	Додаткові послуги	Ексклюзивні послуги
Дитячий майданчик; гральні автомати; дитяча кімната; басейни, водні шоу та ігри; волейбольний майданчик; пляж; дискотеза/танцпол; місце діджея; спорткомплекс.	Прокат велосипедів, роликів, скутерів; тенісні корти; стрільба з лука чи арбалета, дартс; баскетбольний майданчик; парк; дайв-центр (снорклінг); пневматичний тир.	Скалодром; Пейнтбол-клуб; ролердром; батут; комп'ютерний клуб; автодром; армрестлінг-клуб; міні-аквапарк; боулінг.

Крім того, готельна анімація відрізняється індивідуальним підходом, який проявляється через:

1. Привітання з днем народження гостей. На основі реєстраційних карток працівники готелю виділяють гостей, чий день народження припадає на час перебування в готелі. Заздалегідь для кожного іменинника можна приготувати вітальну листівку, святково оформити столик в ресторані, замовити торт, музично привітати гостя тощо;

2. Споживачів, котрі повторно приїждять до готелю називають repeat guests. При заселенні таких клієнтів адміністрація може заздалегідь надіслати до номера кошик з фруктами та листівку як вдячність за повторне повернення;

3. Вся інформація про туристів має вводитися до комп'ютерної бази готелю. Використовуючи власний банк даних, адміністрація має вести з гостями листування: вітати їх зі святами, з днями народження, інформувати про нововведення в майбутньому сезоні, запрошувати відвідати готель в період відпустки, пропонувати знижки;

4. Особливого підходу потребують VIP-клієнти. Адміністрація заздалегідь має готуватися до їх зустрічі, надіслати шампанське, фрукти, організувати додаткові послуги, бронює місця в спеціалізованих ресторанах «а la carte», організує трансфер з готелю до аеропорту тощо. Відвідання готелю VIP-клієнтами підвищує імідж готелю, значно збільшує його дохід, впливає на темпи розвитку готелю.

Факторами, які визначають високу якість готельної анімації для гостей готелів, є: наявність і активність професійно підготовлених анімаційних команд; ненав'язливість анімаційного сервісу; проведення анімаційних заходів в суворо відведених для цього зонах (без контакту з неохопленими анімацією гостями); - врахування мовного фактора; - наявність і активність професійно підготовлених анімаційних команд; наявність у структурі анімації програм для дорослих і дітей; врахування в анімації «місцевого колориту» (традиційну культуру регіону); проведення заходів в різному тематичному «ключі».

Для належної організації анімаційних послуг готель має відповідати таким вимогам:

- наявність природного, культурно-історичного комплексу (в районі розташування готелю);
- достатність інфраструктурних ресурсів – площ для проведення анімації, що активно розширюються у відповідності зі стратегією розвитку готелю;
- достатність матеріально-технічних, кадрових та фінансових ресурсів.

Розвиток послуг є безперервним процесом. Розвиток анімаційних послуг в світі має такі тенденції:

- 1) анімація спрямована на навчання, творчість;
- 2) стрімко розвивається спортивно-оздоровча анімація, а також анімація через релаксацію, яка веде до гармонізації психоемоційного стану;
- 3) найкращою формою оплати анімаційних послуг для гостей готелів є включення її до загальної вартості пакета обслуговування – без додаткових витрат на відпочинок.

Портрет сучасного споживача анімаційних послуг виглядає наступним чином: типовий представник сучасного інформаційного суспільства з актуалізованою пізнавальною потребою (на що вказує також інтерес до традиційної форми анімації – екскурсійної), потребою в оздоровленні свого організму і зміцненні його функціональних можливостей, у гармонізації свого психоемоційного стану на відпочинку (швидше, за рахунок релаксації, ніж за рахунок підвищення психоемоційного тону), а також у творчій самореалізації.

14.2 Технологія анімаційного процесу

Анімаційний процес, цілі і завдання, що стоять перед ним, можуть бути виражені таким чином (рис. 14.1):



Рисунок 14.1 – Анімаційний процес

Технологічний процес створення анімаційних програм містить такі елементи:

- об'єкт діяльності: населення, що обслуговується, відвідувачі (колективи людей і окремі особи);
- суб'єкт діяльності: керівники, фахівці анімаційної служби;
- власне анімаційна діяльність (процес впливу суб'єкта на суб'єкт) з усіма її компонентами.

Всі елементи функціонування технологічного процесу знаходяться в єдності і взаємодії, утворюють єдину систему. Головний елемент цієї системи – об'єкт діяльності, люди: туристи, споживачі, відпочиваючі.

Основними особами, що займаються розробкою індивідуальних та колективних програм проведення повноцінного дозвілля є аніматори. Очолює службу анімації в готелі – адміністратор служби, котрий підпорядковується безпосередньо керівникові служби дозвілля. Керівника служби анімації ще називають шеф-аніматором. Йому підпорядковані:

- Методист-аніматор (хореограф), який займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів та проведенням репетицій;
- організатор-аніматор, котрий забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним.

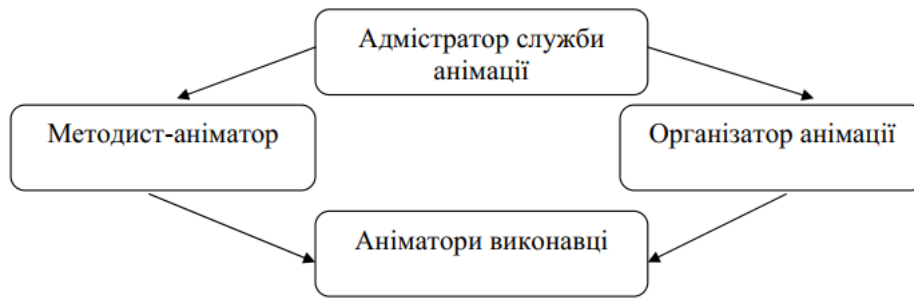


Рисунок 14.2 – Організаційна структура служби дозвілля і розваг готелю

Задачами аніматора є допомогти туристові: побачити об'єкти дії, що сприяють зоровому сприйняттю певної заданої теми; почути необхідну інформацію або, наприклад, музичний супровід, що доповнює побачене; зробити подібне самому; долучитися до процесу, оволодіти практичними навичками.

Анімаційні програми охоплюють спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, творчі зайняття.

Технологія створення та реалізації анімаційних заходів складається з декількох взаємопов'язаних підсистем:

- організаційна підсистема – організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного, рекламного відділів;
- інструкторсько-методична підсистема – створення та переробка сценаріїв заходів, розробка текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів з наступним виробленням методичних рекомендацій на основі узагальнення досвіду;
- режисерська підсистема – розподіл ролей, план репетицій, постановка;
- технічна підсистема – підготовка майданчика (сцени) для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій, освітлення, музичного супроводу, костюмів.

Всі підсистеми становлять систему технології, яка слугує підставою функціонування анімаційної служби.

З врахуванням сприятливих зовнішніх умов формула анімаційного проекту виглядає наступним чином:

Етапи розробки і проведення анімаційної програми:

– перший етап (найбільший і відповідальний етап) – підготовчий, що містить в собі:

- аналіз пропонуваних анімаційних програм;
- визначення цілей і завдань;
- вибір місця і часу проведення програми;
- проектування анімаційної програми з урахуванням вікових, етнічних та інших особливостей споживачів даної послуги;
- створення або підбір сценаріїв анімаційних заходів, включених до програми;
- складання кошторису витрат на проведення програми;
- підбір творчих колективів, розподіл обов'язків всередині анімаційної команди;
- технічна підготовка: закупівля інвентарю, виготовлення декорацій, костюмів, реквізиту;
- встановлення звукової та світлової апаратури, інших технічних засобів, оформлення сцени, виготовлення фонограм та інше;
- проведення репетицій, навчання правилам ігор та інше;
- проведення рекламної кампанії намічених анімаційних заходів;

– *другий етап* – проведення анімаційної програми – являє собою найскладнішу і найвідповідальнішу роботу для всіх учасників. Необхідно поєднати зусилля всіх задіяних аніматорів, подолати нервові напруження і вирішити поставлені завдання;

– *третій етап* – підведення підсумків, в ході якого відбувається: аналіз проведеної програми; анкетування споживачів з подальшим аналізом; робота над удосконаленням програми.

Контрольні питання

1. Дайте визначення поняттю «анімація».
2. Перерахуйте основні риси туристської анімації.
3. В чому полягає сутність анімаційної діяльності та структури анімаційного процесу?

4. Які функції виконує готельна анімація?
5. Охарактеризуйте основні типи туристської анімації.
6. Що входить в поняття «готельна анімація»?
7. Які види туристської анімації виділяють?
8. У чому специфіка технології створення та реалізації анімаційних програм?
9. Охарактеризуйте етапи реалізації та проведення анімаційних програм.
10. В чому полягає сутність індивідуального підходу в готельній анімації?
11. Назвіть сучасні тенденції готельної анімації.
12. У чому полягає сутність і значення анімаційного сервісу в готелях?
13. Значення та сутність проектування анімаційної діяльності.
14. Методика обґрунтування анімаційної діяльності в готелях.
15. Виділіть основні ризики реалізації анімаційної програми на базі готелю та заходи щодо їх мінімізації.

Тема 15. Економічні аспекти функціонування готельних підприємств

- 7.1 Інвестиції у готельний бізнес та оцінка їх ефективності
- 7.2 Експлуатаційна програма готельного підприємства. Показники оцінки діяльності готелю

15.1. Інвестиції у готельний бізнес та оцінка їх ефективності

Інвестори завжди зацікавлені у пошуку ефективних об'єктів для інвестування. Готельний бізнес в умовах розвитку туристичної галузі стає привабливим для інвестування. В даному інвестиційному секторі розглядаються декілька напрямків інвестування:

- інвестування в будівництво нових та придбання вже збудованих готелів, реконструкції готелів;
- інвестування для покупки готельних номерів і апартаментів;
- інвестування в управління готелями, в сучасні технології, підготовку персоналу і т. д.;
- покупка відомого бренду (франшиза).

У перерахованих вище напрямках інвестування використовуються наступні види інвестицій: зовнішні і внутрішні. В якості інвестицій можуть використовуватися і кредитні кошти. У загальному випадку під інвестиціями маються на увазі не тільки інвестовані кошти (як власні, так і позикові), але і передані активи (обладнання, технології, товарні знаки). Вирішуючи проблему залучення інвестицій, необхідно проводити досить повний аналіз з використання інвестиційних коштів і отримання прибутку.

Віддача від інвестицій можлива лише тоді, коли отриманими коштами користуються професійно. Для цього необхідно розуміти, як і які інвестиційні кошти необхідно залучити, для чого ці кошти залучаються, які цілі і завдання при цьому переслідуються і які критерії застосовувати при оцінці доцільності залучених інвестицій.

Актуальними є і питання пошуку найбільш ефективних шляхів отримання віддачі від інвестицій. Розглянемо варіанти вирішення даних питань для сфери готельного бізнесу. При цьому слід зазначити, що діяльність як вітчизняних, так і іноземних компаній у сфері готельного бізнесу в Україні зводиться в основному до трьох форм:

- управління,
- франшиза (що трапляється значно рідше),
- прямі інвестиції. Прямі інвестиції використовуються для цілей будівництва і реконструкції готельних комплексів.

Інвестування у будівництво. Основна причина нестачі готелів – капіталомісткість готельних проектів. Вкладення в готелі вимагають «довгих» грошей (окупність від п'яти років), тому цей бізнес менш привабливий для девелоперів, ніж будівництво житлових і

офісних приміщень. Побудувавши готель, треба платити оренду за землю, за майно, комунікаційні витрати, робити ремонт, оновлювати фонд, платити зарплату. При цьому окупність інвестиційного проекту можлива років через десять. Крім того, готельний ринок є одним з найбільш закритих. Є й інша проблема, яка полягає в тому, що новозбудовані готелі буде просто нереально заповнити. Однак високі темпи зростання доходів на номер, стабільно високе завантаження і сприятлива ринкова кон'юнктура підвищують інтерес інвесторів до готельного ринку, який останнім часом демонструє тенденцію до розширення.

Реконструкція. Витрати на реконструкцію будівлі під готель безпосередньо залежать від стану будівлі, але в будь-якому випадку будуть дуже значними. Якщо мова йде про повну реконструкцію з заміною перекриттів, то для готелю високого класу (його будівництво найбільш вигідно інвестору) витрати можуть скласти \$ 5-10 тис. на 1 м². При цьому собівартість обробки і оснащення готелю – це більше 50% витрат на реконструкцію. Для готелю середнього класу витрати на реконструкцію складають від 2 тис. на 1 м². Однак готель, будучи більш капіталомістким проектом з тривалим терміном окупності, дозволить інвестору мати у власності більш дорогий і перспективний з точки зору майбутньої прибутковості об'єкт. Існує ще кілька проблем, які гальмують розвиток готельного комплексу. Одна з них полягає в тому, що практично всі готелі, які є в Україні, відповідають будівельним нормам та правилам 60–70-х років минулого століття, в яких вважається нормою номер у тризірковому готелі 17 м², а за міжнародними стандартами він повинен бути 26 м². Радянські готелі потрібно перебудувати заново, що вимагає досить великих і довгострокових інвестицій. Отримати ж кошти на реконструкцію готелю досить складно.

Інвестування для покупки готельних номерів і апартаментів. Така практика, як продаж готельних номерів і апартаментів, широко поширена на Заході, переважно в курортних країнах. Купуючи номер у власність, новий власник не тільки отримує можливість постійного безкоштовного (за винятком готельного сервісу, який, як правило, сплачується господарем номера) проживання на території готелю, а й знаходить право здавати свій номер в оренду постояльцям готелю. У міжнародній практиці подібні готельні комплекси почали називатися кондомініум-готелі, або готелі-співволодіння. Керуючі компанії розробляють спеціальний інвестиційний пакет для клієнтів – програма готельного управління і оренди, яка передбачає наступні типи здачі житлових апартаментів в оренду: довгостроковий контракт на оренду немебльованої кімнати; коротко- або середньостроковий договір на оренду мебльованої кімнати. Дані програми розроблені як для покупців, які розраховують тільки на доходи від інвестицій, так і для тих, хто розглядає житловий комплекс як альтернативу проживанню в готелі, і використовуються для залучення фізичних осіб як співінвесторів будівництва готелів.

Інвестиції в управління і франшиза. Зарубіжні готельні оператори воліють не вкладати гроші в український бізнес. Для них набагато вигідніше управляти чужою власністю і здавати «в оренду» свій бренд. При цьому більшість іноземців вважають за краще брати в управління готовий об'єкт, отримуючи додатковий прибуток в ході консультацій на передпроектній, проектній, будівельній стадіях. Договори на управління сприяють розширенню готельних мереж без залучення великих інвестиційних вливань. Іноземні оператори, як правило, не входять у бізнес, але забезпечують грамотне управління готелем, що дуже важливо, особливо для ексклюзивних, дорогих готелів. При управлінні ризик оператора незначний, оскільки його діяльність не пов'язана з інвестиційною активністю взагалі або її обсяг мінімальний. Всі збитки від основної діяльності, так само як і витрати на будівництво, несе власник готелю. Як правило, підписується договір не тільки на управління, але і на технічний супровід (відповідність марці оператора архітектурним формам будівлі, кадровій політиці).

Оплата професійного управління обходиться власнику готелю дешевше, ніж придбання послуг за договором франчайзингу. При франчайзингу одна сторона надає

право діяти від свого імені іншій стороні на основі договору або угоди про придбання ліцензії. Цей вид ділового співробітництва є одним з методів фінансової експансії, що дозволяє збільшити прибуток на інвестований капітал. Мережеві оператори, що вибрали саме цей шлях, можуть розраховувати на гарантоване введення в експлуатацію готельного об'єкта, хоча і менший дохід, ніж в разі володіння підприємством. Вартість франчайзингу вираховується за індивідуальними графіками і може становити від 1,5 до 5% з обороту плюс \$ 10-15 за кожне бронювання.

Більшою мірою від приєднання до визнаної міжнародної марки виграють власники готелів. Вони відразу отримують певне місце на ринку і членство в готельній мережі з усіма наслідками, що випливають, перевагами, включаючи різну допомогу франчайзера, консультації при виборі місця будівництва і допомогу фінансових експертів. Це також і підключення до міжнародних систем бронювання, доступ до служби міжнародної готельної довідки про клієнтів інших готелів цього ж ланцюга, гарантовані стандарти якості обслуговування, можливість безкоштовного телефонного зв'язку з головним офісом. Однак іноземні оператори не надто охоче продають франшизу через великі побоювання в тому, що інші КК не зможуть підтримувати марку, дотримуючись належного контролю надякістю. За рахунок зниження стандартів обслуговування може постраждати репутація мережі. Це не єдина складність.

До мінусів франчайзингової системи фахівці «Hotel Consulting and Development Group» відносять високі витрати на початковий розвиток бізнесу, а також необхідність забезпечувати всі франчайзингові підрозділи фахівцями з фінансового контролю, маркетингу, досліджень та розвитку. Власників готелів можуть відлякувати високі початкові витрати на будівництво або реконструкцію відповідно до стандартів оператора, а також витрати на набір і навчання персоналу. У разі припинення договору виникають труднощі, а отже, і витрати на переоснащення приміщень відповідно до вимог нового партнера. Франшиза – один із напрямків розвитку бренду, але в українському готельному бізнесі вона поки що практично відсутня.

Інвестиції за рахунок операцій з готельною нерухомістю. Готельна нерухомість періодично стає об'єктом різного роду операцій – операцій купівлі-продажу, злиття, поглинання, фінансування-рефінансування і т.д. Зрозуміло, що дані операції дозволяють залучити інвестиційні кошти для подальшого розвитку готельного бізнесу.

Однак для їх проведення потрібно встановити передбачувану ринкову вартість об'єкта, ґрунтуючись на існуючих професійних методах і підходах. У даному питанні слід зазначити, що для оцінки готелю на практиці застосовується один з трьох існуючих способів оцінки: за методом капіталізації доходів, за методом порівняльних продажів і витратний метод. Інші методи оцінки в готельному бізнесі практично не застосовуються. Витратний метод застосовується, в основному, для нових готелів, він пов'язує передбачувану вартість об'єкта з витратами, необхідними для будівництва або заміщення об'єкта оцінки з урахуванням існуючого зносу. Оскільки витратний метод не враховує деяких економічних факторів, він не знаходить значного поширення в практиці оцінки готельних підприємств, за винятком випадків, коли потрібно визначити заставну вартість готельного об'єкта (для банків або страхових компаній).

Застосування порівняльного підходу ґрунтується на припущенні, що обізнаний розумний покупець не заплатить за об'єкт нерухомості більше, ніж ціна придбання (пропозиції) на тому ж ринку іншого об'єкта нерухомості, що має аналогічну корисність.

Метод капіталізації доходів дає найпереконливіші і прийнятні для отримання остаточної вартості готелю, оскільки враховує прогноз доходів і витрат. Прогноз доходів і витрат робиться на щорічній основі і виражається в поточних євро / доларах.

Інші напрямки інвестування: інвестиції в інформаційні технології та матеріально-технічне забезпечення, підготовку персоналу тощо. Значення матеріально-технічного постачання для готельного підприємства дуже велике. Від його правильної організації багато в чому залежить стан справ на підприємстві, якість обслуговування клієнтів.

Іншими словами, це не тільки забезпечує нормальну роботу готелю, але в сукупності з іншими якісними характеристиками його діяльності визначає його положення на ринку готельних послуг. Інвестиції в інформаційні технології дозволяють впровадити інноваційні методи управління готелем, які істотно підвищують ефективність роботи готельних комплексів. Професійна підготовка персоналу готелів дозволяє підвищити конкурентоспроможність і прибуток готельного бізнесу.

Оцінка доцільності інвестування. Як вже зазначалося, середфінансових проблем, що стоять перед готельними комплексами, найбільш часто називаються: нестача грошових оборотних коштів, брак фінансових коштів на розвиток готелю і високі витрати, пов'язані з експлуатацією готельних будівель. Для вирішення даних питань використовуються різні види інвестиційних коштів. Інвестиції готельного підприємства передбачаються за такими окремими видами:

- капітальне будівництво;
- придбання основних засобів
- придбання необоротних і нематеріальних активів;
- модернізація і реконструкція основних засобів;
- приріст оборотних активів;
- довгострокові і фінансові інвестиції.

Крім того, серед джерел формування та надходження коштів виділяються:

- довгострокові і короткострокові кредити банків;
- інші довгострокові фінансові зобов'язання;
- суми одержуваних субсидій, асигнувань з бюджету;
- кошти спеціальних цільових фондів;
- інші джерела.

У загальному вигляді можна розглядати три основні критерії оцінки доцільності інвестицій в готельні системи:

- досягнення конкурентної переваги;
- підвищення продуктивності роботи;
- максимальне використання наявних ресурсів готелю.

Конкурентну перевагу можна визначити як досягнення прихильності клієнтів при максимізації обсягу продажіву розрахунку на одного гостя. Конкурентна перевага характеризується як матеріальними показниками (будівля, оздоблення, меблі, обладнання тощо), так і нематеріальними (бренд-імідж готелю серед різних категорій клієнтів, рівень сервісу готелі в цілому та індивідуальний підхід до кожного клієнта). Матеріальні показники залежать від інвестицій в будівництво, ремонт, матеріально-технічне забезпечення тощо, а нематеріальні – від інвестицій в засоби автоматизації систем управління, в навчання персоналу, політику просування бренду готелю і т.п. Політика просування бренду готелю дозволяє оптимальним чином позиціонувати готельний продукт для найбільшої віддачі. У загальному випадку, технології отримання конкурентної переваги дозволяють більш гнучко і своєчасно реагувати на мінливі умови ринку і швидше формувати нові, більш затребувані пропозиції.

Підвищення продуктивності досягається завдяки оптимізації використання ресурсів готелю, економії витрат на обробку даних і більш ефективному здійсненню основних виробничих операцій. При цьому найбільшої віддачі можна очікувати від підвищення правильності прийняття управлінських рішень, що досягається завдяки оптимізації інформації, використовуваної в управлінському процесі. Наприклад, з отримуваних звітів керівник готелю може більш точно визначити позиціонування готелю, динаміку зміни попиту і особливості переваг гостей, виявити найбільш важливих клієнтів і підготувати для них персоналізовані пропозиції.

Максимальне використання наявних ресурсів, основним з яких є номерний фонд, і правильне управління процесом бронювання дозволить підвищити ефективність роботи готелю. Основні напрямки ефективного використання інвестицій в даному випадку є:

використання готелем всіх можливих каналів бронювання і продажу. Для досягнення оптимального завантаження номерного фонду необхідно бронювати не конкретні кімнати, а лише одиниці номерного фонду певного типу. Лише після прийняття найвигідніших для готелю бронювань виникає завдання продажу номерного фонду в першу чергу за найбільш високими цінами і надання знижкових тарифів. Знову ж правильним чином побудована стратегія продажів дозволяє встановлювати квоти продажів номерів з тих чи інших тарифних груп.

Щодо критеріїв, які застосовуються при оцінці ефективності вироблених інвестицій, то розглядаються як кількісні показники (фінансові дані, чисельність персоналу і т.п.), так і якісні показники (соціальні, управлінські тощо). Всі показники визначаються порівняльним аналізом даних – до освоєння інвестицій і після їх освоєння. Фінансові показники визначаються прибутком готелю, витратами на обслуговуючий персонал, соціальні – якістю роботи співробітників, якістю обслуговування і т.п. Окремо слід відзначити можливості отримання віддачі від інвестицій в сучасні інформаційні технології управління готелями.

Рентабельність інвестицій (Return on Investments, ROI) розраховується як відношення чистого прибутку до інвестицій, здійснених у готельний комплекс (враховується власний капітал). При цьому враховуються не тільки інвестовані кошти (як власні, так і позикові), але і передані активи (обладнання, технології, товарні знаки). Значення ROI розраховується за формулою:

$$ROI = (\text{Чистий прибуток} / (\text{Власний капітал} + \text{довгострокові зобов'язання})) * 100\%$$

У загальному вигляді показник ROI вимірюється в умовних одиницях або відсотках. Отримане значення є абсолютним показником ефективності використання інвестицій в даному готельному комплексі за даний період. Оцінити відносну ефективність роботи готельного комплексу на підставі показника рентабельності інвестицій можна, тільки якщо є порівняльні дані за аналогічними показниками готелю або їх підрозділами.

15.2. Експлуатаційна програма готельного підприємства. Показники оцінки діяльності готелю

Результатом діяльності готелю є створення відповідних умов для тимчасового проживання в ньому і надання гостю комплексу платних і безкоштовних додаткових послуг. Експлуатаційна програма готелю – обсяг послуг в натуральному і вартісному вираженні, що надається готелем. Для номерного фонду готелю експлуатаційна програма в натуральному вираженні – кількість місце-днів для проживання. Від обсягу послуг залежать багато економічних показників діяльності готелів, такі як виручка, собівартість, платоспроможність, фінансова стійкість та інші.

У процесі складання експлуатаційної програми визначаються основні показники, які дозволяють дати реальну оцінку можливостям використання номерного фонду готелю. *Одноразова місткість* визначається множенням кількості номерів кожної категорії на число місць в кожному з них.

Загальна кількість місце-днів в готелі визначається множенням показника одноразової місткості на число календарних днів року. Отримана кількість місце-днів характеризує максимальну пропускну здатність готелю при 100% використанні всіх готельних місць за період. На практиці максимальне завантаження готелю неможливе, оскільки виникають простої зв'язку з ремонтом, реконструкцією та з інших об'єктивних причин.

Число місце-днів простоїв номерів внаслідок проведення капітального ремонту визначається множенням місткості номерів, які підлягають капітальному ремонту, на число днів, необхідних для його проведення. Через відсутність нормативів число днів

простою може визначатися діленням людино-годин, необхідних на весь ремонт, на середню тривалість зміни (8 год) і множенням на кількість працівників, які зайняті капітальним ремонтом. Простої номерів під час поточного ремонту визначаються на основі графіків його проведення і нормативного числа днів простоїв кожної категорії номерів відповідної місткості.

Внаслідок відсутності нормативів простоїв номерів через поточний ремонт в якості вихідної інформації слугують дані аналізу фактичного простою номерів через поточний ремонт за попередній період.

Пропускна здатність готелю визначається як різниця між максимальною пропускною спроможністю готелю (загальною кількістю місце-днів) і кількістю місце-днів перебування в капітальному, поточному ремонті, реконструкції в зв'язку з іншими об'єктивними причинами. Цей показник характеризує число місць, можливих для експлуатації, з урахуванням технічно допустимих простоїв місць та інших причин.

Для аналізу використання номерного фонду розраховують коефіцієнт використання максимальної пропускної спроможності, або коефіцієнт місткості готелю (Кв), як відношення пропускної здатності готелю до максимальної пропускної здатності:

$$Кв = ПЗ / МПЗ, \quad (15.1)$$

де ПЗ – пропускна здатність готелю;

МПЗ – максимальна пропускна здатність.

Середній час проживання (Ч пр.ср.) одного гостя є важливим показником експлуатаційної програми. Цей показник визначається наступним чином:

$$Ч \text{ пр.ср.} = ЧО.м-д / ЧГ, \quad (15.2)$$

де ЧГ – число гостей;

ЧО.м-д – число оплачених місце-днів.

Про ефективність експлуатації номерного фонду свідчить коефіцієнт використання номерного фонду, або коефіцієнт завантаження (Кг), який розраховується діленням кількості оплачених місце-днів на пропускну здатність готелю. Так само розраховуються такі показники, як середня виручка з одного готельного місця, середня виручка з одного гостя, середня вартість готельного місця (СМср), розраховується за формулою:

$$СМср = В / (ЧГ \times Ч \text{ пр.ср.}), \quad (15.3)$$

де В – виручка готелю (обсяг реалізованих послуг); Ч пр.ср. – середній час проживання одного гостя.

Всі вищеописані показники застосовуються для аналізу ефективності використання номерного фонду. У процесі такого аналізу вивчається динаміка показників експлуатаційної програми і оцінюється вплив факторів на показники.

На показники експлуатаційної програми готелю впливають такі чинники:

- розрядність готелю;
- кількість місць;
- структура номерного фонду за категоріями;
- контингент гостей;
- тривалість проживання;
- терміни проведення капітального і поточного ремонту;
- якість обслуговування;
- етап життєвого циклу послуги;
- програма маркетингової комунікації та ін.

Показники оцінки діяльності готелю. Основними показниками оцінки діяльності готелю є:

- завантаження номерного фонду;
- середня ціна готельного номера;
- середнє число гостей на один проданий номер;
- коефіцієнт подвійного завантаження (враховується можливість проживання двох

чи більше гостей у одному номері одночасно);

– зайнятість койко-місць.

Завантаження номерного фонду (Кз) – відношення числа проданих номерів до числа номерів, запропонованих до продажу. Завантаження номерного фонду дозволяє оцінити використання номерного фонду та розраховується у відсотках:

$$K_z = \left(\frac{\text{Число проданих номерів}}{\text{Число номерів, запропонованих до продажу}} \right) \times 100\% \quad (15.4)$$

Середня ціна готельного номера (ЦСР) – відношення загального доходу від номерного фонду до числа проданих номерів. Середня ціна готельного номера, що дозволяє оцінити роботу служби порт'є з продажу дешевих і дорогих номерів, розраховується за формулою:

$$ЦСР = \frac{\text{Загальний дохід від номерного фонду}}{\text{Число проданих номерів}} \quad (15.5)$$

Оцінити завантаження готелю можна з використанням такого показника, як середнє число гостей на один проданий номер. Середнє число гостей на один проданий номер – це відношення загального числа гостей до числа проданих номерів. При плануванні завантаження готелю використовується коефіцієнт подвійного завантаження (КПЗ). Коефіцієнт подвійного завантаження – відношення різниці числа гостей і числа проданих номерів до числа проданих номерів.

Показник зайнятості ліжко-місць (Кзлм) – відношення числа зайнятих ліжок до загальної кількості ліжко-місць у готелі. Показник зайнятості ліжко-місць дозволяє оцінити заповнюваність готельних номерів.

Всі ці показники зазвичай підраховуються за певний період часу:

- за день;
- за місяць (на певне число);
- за рік (на кінець року).

Саме порівняння цих показників з попередніми результатами або з бюджетом дозволяє знайти ключ до вирішення управлінських проблем і успіху в готельному бізнесі.

Порівняльний аналіз роботи готелів проводиться в наступних трьох напрямках:

- отримання порівняльної аналітичної інформації з роботи різних готелів у розрізі їх географічного положення, типу категорії;
- отримання порівняльної інформації зіставлення результатів фактичної діяльності готелю з плановими значеннями, дозволяючи відслідковувати ступінь виконання бюджетних завдань;
- порівняльний аналіз динамічних характеристик показників ефективності.

Для економічної і фінансової оцінки роботи готелю і розрахунку загальноприйнятих показників фінансового і економічного стану готельного комплексу використовуються основні ключові показники фінансової діяльності, що застосовуються в готельній індустрії, такі як:

- дохід від продажу номерів (Room Revenue);
- дохід з доступного номера (RevPAR);
- середній відпускний тариф (ADR);
- середній дохід на гостя (RevPAC);
- середня тривалість проживання (Average Length of Stay);
- кількість проданих номерів (Rooms Sold);
- відсоток завантаження (Occupancy%).

Впровадження цих оціночних показників буде сприяти підвищенню якості управління готелем, підвищенню конкурентоспроможності готелю. Зусилля керівництва готелю повинні бути спрямовані на максимізацію цих показників. Зокрема, завданням служби розміщення готелю є не тільки розпродати вільні готельні номери, а й досягти високої дохідності номерного фонду (Room Revenue) за цілу добу.

Ці показники визначаються на підставі статистичних даних за минулі роки та

використовуються для планування та прогнозування попиту на готельну послугу, на підставі якого складаються прейскуранти цін на усі види послуг у готелях.

Запитання для самоконтролю:

1. Визначте головні напрямки інвестування в готельному бізнесі.
2. Які основні види інвестицій існують в готельному господарстві?
3. Виявіть основні форми діяльності іноземних компаній у сфері готельного бізнесу в Україні.
4. Охарактеризуйте особливості використання прямих інвестицій для цілей будівництва і реконструкції готельних комплексів.
5. Що передбачає інвестування в купівлю готельних номерів та апартаментів?
6. Визначте переваги та недоліки інвестування в управління та франчайзинг.
7. Яким чином оцінюється доцільність інвестування в об'єкти готельної індустрії за основними критеріями (досягнення конкурентної переваги; підвищення продуктивності роботи і максимальне використання наявних ресурсів готелю)?
8. Проаналізуйте категорію «інвестиційні кошти» за видами та джерелами формування та надходження.
9. Які показники використовуються для оцінки ефективності вироблених інвестицій?
10. Дайте визначення поняття «експлуатаційна програма» готелю.
11. Проаналізуйте основні показники, які дозволяють оцінити можливості використання номерного фонду готелю.
12. Які чинники впливають на показники експлуатаційної програми готелю?
13. Сформууйте систему показників аналізу функціонування готелю.

Список використаних джерел

1. Архіпов В. В. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2009. 341 с. URL: <https://subject.com.ua/pdf/242.pdf>
2. Готельно-ресторанний бізнес : навчальний посібник / О. А. Ніколайчук та ін. ; за ред. О. А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с. URL:http://elibrary.donnuet.edu.ua/2504/1/2022_NP_Nikolaichuk_Hotelno-restoranni%20busniss.pdf2.
3. Давидова О. Ю., Усіна А. І., Сегеда І. В. Ресторанний менеджмент : підручник / Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 279 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/38929/1/2012%201%D0%9F%20PIDRYCHNUK_RestorMenedg2013.pdf
4. Завальний О. В., Апатенко Т. М., Краснокутська Ю. В. Проектування об'єктів готельноресторанного господарства = Design of Hotel and Restaurant Facilities : білінгв. навчальний посібник / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 226 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/58994/>.
5. Кашинська О. Є. Організація готельного господарства в схемах і таблицях : навчально наочний посібник. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2018. Ч. 1. 188 с. URL:<http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/2717/kashinska..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Кравець С. Г., Камінська Н. П., Оліферчук О. Г. Організація і техніка обслуговування : навчальний посібник / за ред. С. Г. Кравець. Київ : Інститут професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. 202 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/106799/1/Organizacia%20i%20tehnika%20obslugovuvannia%2025012016.pdf>
7. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 280 с.
8. Левицька І. В., Онищук Н. В., Корж Н. В. Готельна справа : навчальний посібник Київ : Київський національний торговельно-економічний університет. 2015. 580 с. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26667.pdf>
9. Мазаракі А. А. НоReСа: Готелі : навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2017. 412 с.
10. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підруч. Київ : ЦУЛ, 2018. 336 с.
11. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підруч. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : ЦУЛ, 2019. 472 с.
12. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб. / Л. М. Яцук, О. В. Новікова, Л. Д. Льовшина [та ін.]. Харків : Світ Книг, 2022. 486 с.
13. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2017/1/2020_NP_Nazarenko_Bodnaruk_Org_obs%20%281%29-конвертирован.pdf
14. Назаренко І. А., Никифоров Р. П., Лохман Н. В. Організація ресторанного господарства (Блок 1) : навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 165 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2016/1/2017_NP_Nazarenko_Nykyforov_Lokhman_ORGконвертирован.pdf
15. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. Г.Б. Мунін. А.О. Зміюв. Г.О. Зінов'єв та ін.: за ред. С.І. Дорогунцова. Київ : Ліра-К, 2015. 520 с.

Допоміжна література

1. Андрющенко Я. Е., Тищенко С. І. Комунікативні процеси в управлінні готельним господарством. *Actual trends of modern scientific research* : V International Scientific and Practical Conference, Munich, 8-10 November 2020, С. 527-531. URL: <https://sci-conf.com.ua/v-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-actual-trends-of-modern-scientific-research-8-10-noyabrya-2020-goda-myunhen-germaniya-arhiv/> (date of access: 17.11.2021).
2. Басюк Д. І., Івченко Л. О., Ткачук Н. А., Верес К. О. Оцінка впливу макроекономічних факторів на розвиток готельного господарства в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2019. Т. 25. № 1. С. 33–46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2019_25_1_5 (дата звернення: 19.08.2021).
3. Борисова О. О. Зовнішні чинники економічної безпеки підприємств сфери ресторанного бізнесу України. *Вчені записки університету "КРОК"*. Сер. : Економіка. 2016. Вип. 43. С. 92–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2016_43_13 (дата звернення: 06.08.2021).
4. Брич В. Я., Охота В. І. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 8. С. 9–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2018_8_4 (дата звернення: 19.08.2021).
5. Власенко І. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 3. С. 85–97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2019_3_9 (дата звернення: 19.08.2021).
6. Галасюк С. С., Наймарк К. А. Дослідження структури номерного фонду підприємств готельного господарства України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : матеріали ІХ Міжнарод. наук.-практ. конф., м. Черкаси, 22-23 березня 2018 р. Черкаси : ЧДТУ, 2018. С. 64-68.
7. Галасюк С. С. Основні підходи до категоризації готелів в різних країнах світу. *Бізнес та його розвиток в умовах ринкової економіки: проблеми та перспективи*: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса 12-13 трав. 2017 р. Одеса : ЦЕДР, 2017. С. 36-40.
8. Гоблик В. В., Черничко Т. В., Хаустова К. М. Ресурсне забезпечення розвитку сфери гостинності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. : Економіка. 2019. Вип. 2. С. 21–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2019_2_5 (дата звернення: 19.08.2021).
9. Давидова О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2017. № 2(2). С. 257–260. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2\(2\)_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2(2)_54) (дата звернення: 19.08.2021).
10. Давидова О. Ю. Соціально-економічні передумови ефективного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. *Економічний форум*. 2018. № 3. С. 98–104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2018_3_17 (дата звернення: 19.08.2021).
11. Дишкантюк О. Концепт стратегічних дій та заходів розвитку індустрії гостинності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. 2016. № 4. С. 16-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2016_4_5 (дата звернення: 19.08.2021).
12. Завідна Л. Д. Генерування альтернативної стратегії розвитку підприємства готельного господарства. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 2-1. С. 125–129. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-1_28 (дата звернення: 19.08.2021).
13. Завідна Л. Д. Формування стратегії розвитку підприємства готельного господарства. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 1. С. 120–125. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2020_1_23
14. Іваненко Т. Я., Андрющенко Я. Е Information technologies in hotel business. *Актуальні питання ефективного функціонування економічних систем: особливості, тенденції та перспективи* : матеріали Міжнар. спеціалізованої наук. конф., м. Хмельницький, 19 лют., 2021р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця ; Європейська наукова

- платформа, 2021. С. 26-28. DOI : 10.36074/mcnd-19.02.2021.economics (дата звернення: 19.08.2021).
15. Іваненко Т. Я., Андрющенко Я. Е. Освітньо-цифрове мережеве середовище як засіб підготовки фахівців готельно-ресторанного бізнесу. *Priority directions of science and technology development* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20–22 лют. 2021 р. Київ, 2021. С. 341–344.
16. Іваненко Т. Я. Особливості формування ефективної логістичної системи в готельно-ресторанному бізнесі. *Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв в*: матеріали II-й Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Кривий Ріг, 30 квіт. 2021 р. / М-во освіти і науки України ; Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Прага : Oktan Print. С. 298-299
17. Камушков О. С. Державне регулювання готельно-ресторанного господарства як складової індустрії туризму. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. Вип. 3. С. 15–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepsru_2018_3_5 (дата звернення: 19.08.2021)/
18. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Сер. : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23 (1). С. 126–130. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23(1)_28) (дата звернення: 19.08.2021).
19. Колонтаєвський О. П., Шаповаленко Д. О. Основні напрями розвитку готельно-ресторанного господарства України. *Комунальне господарство міст*. Сер. : Економічні науки. 2019. Вип. 2. С. 79–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2019_2_16 (дата звернення: 19.08.2021).
20. Крайнюк Л. М., Полчанінова І. Л., Баландіна І. С. Оцінювання рівня якості управління підприємствами готельно-ресторанного комплексу регіону: соціологічний підхід. *Проблеми економіки*. 2019. № 1. С. 67–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2019_1_9 (дата звернення: 19.08.2021).
21. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_2_21 (дата звернення: 19.08.2021).
22. Масленніков Є. І., Кашубський А. А. Теоретичні аспекти формування іміджу суб'єкта господарювання готельно-ресторанної діяльності. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2018. Т. 17. Вип. 3. С. 55–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectru_2018_17_3_6 (дата звернення: 19.02.2021).
23. Мандзяк О. М. Індустрія гостинності в умовах глобалізованого світу: аспектуалізація проблеми. *Молодий вчений*. 2017. № 1. С. 651–654. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_157 (дата звернення: 19.08.2021).
24. Павлюк С. І. Перспективи розвитку анімаційного сервісу у закладах готельно-ресторанної індустрії. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі* : матеріали IX Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ 19–20 трав. 2020 р. Київ : НУХТ, 2020. С. 18-19.
25. Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. *Вісник Львівського університету*. Серія географічна. 2016. Вип. 50. С. 277–285. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Geograf_2016_50_28
26. Piiurenko I., Banyeva I., Kaplina A., Drobyazko S. Innovative Development Strategies of the Enterprises of Hospitality Sphere. *Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage At* : 34th IBIMA Conference, Madrid, Spain 13-14 November 2019. P.9477-9486. URL: https://www.researchgate.net/publication/345714929_Innovative_Development_Strategies_of_the_Enterprises_of_Hospitality_Sphere (дата звернення: 19.08.2021).
27. Entrepreneurship Recommendations for Increasing the Consumer Destination of Tourist Product: International Aspects / I. Piiurenko and other. *International Journal of Entrepreneurship*.

2020. Vol. 24, Special Issue 1. P. 1-8. URL: <https://www.abacademies.org/articles/entrepreneurship-recommendations-for-increasing-the-consumer-destination-of-tourist-product-international-aspects-9227.html> (дата звернення: 08.08.2021).

Законодавчо-нормативні акти

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 16 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
2. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Каб. Міністрів України від 29.07.2009 р. № 803 : станом на 31 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-п#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
3. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Каб. Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297 : станом на 13 верес. 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2006-п#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
4. Про затвердження форми свідоцтва про встановлення категорії готелю : Наказ М-ва інфраструктури України від 23.01.2012 р. № 28 : станом на 12 берез. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0177-12#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
5. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Держ. турист. адмін. України від 16.03.2004 р. № 19 : станом на 12 листоп. 2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
6. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. Чинний від 2003-12-23. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2014. 14 с.
7. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Чинний від 2006-10-01. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.
8. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Чинний від 2004-07-01. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
9. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Держ. турист. адмін. України від 16.03.2004 р. № 19 : станом на 12 листоп. 2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
10. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : Наказ М-ва економіки та з питань європ. інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219 : станом на 29 січ. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text> (дата звернення: 16.11.2021).
11. ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT). Системи управління якістю. Вимоги. На заміну ДСТУ ISO 9001:2015 ; чинний від 2016-07-01. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 31 с.
12. ДСТУ ISO 9004:2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності (ISO 9004:2000, IDT). На заміну ДСТУ ISO 9004-1-95 ; чинний від 2001-06-17. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України. 2001. 70 с.
13. ДСТУ ISO 9000:2015 (ISO 9000:2015, IDT). Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. Чинний від 2016-07-01. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 49 с.

Навчальне видання

Організація готельного господарства
Конспект лекцій
для здобувачів вищої освіти ОКР «Бакалавр»
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
ОПП «Готельно-ресторанна справа»

Укладач
Величко Олена Вячеславівна

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 2,5.
Тираж 20 прим. Зам. № _____

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.